



Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département des Sciences Humaines

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master
Option : Communication et Relations Publiques

Thème

**L'usage des technologies de l'information et de communication dans
les relations publiques**

Cas d'étude : ministère des ressources en eau

Réalisé par :

ADRAR Sara

ALLOUTI Zahira

Encadré par :

M^{me} IHDENE Wahiba

Année universitaire 2017/2018

REMERCIEMENTS

Au terme de notre travail, on tient à exprimer nos remerciements les plus sincères et les plus profonds, tout d'abord au bon Dieu le tout puissant.

*A notre encadreur, madame **IHADENE**, pour avoir accepté de nous encadrer, pour sa disponibilité, pour ses conseils, ses recommandations, ses orientations, et ses encouragements qui ont été vraiment précieuses.*

*A tout le personnel de ministère de ressources en eau en particulier a madame **SALIMA** responsable de communication notre encadreur au sein du ministère Sans oublier tous les enseignants de notre parcours d'éducation depuis le primaire jusqu'à l'université. Au personnel du département et de la bibliothèque qui été vraiment serviable.*

Nous remercions également tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

- *Tous le personelle de ministère de ressources en eau pour leur confiance et leur collaboration.*
- *Les enseignants de la faculté des sciences humaines et sociales.*
- *Tous nos collaborateurs des mêmes promos.*

DEDICACE

Je dédie ce travail A la mémoire de ma cher grande mère qui a souhaité vivre longtemps juste pour nous avoir qu'est ce que nous allons devenir.

*A celle qui ma transmis la vie, l'amour et le courage, à toi ma cher **maman**. A mon père qui peut être fier et trouver ici le résultat de longues années de ces sacrifices pour m'aider à avancer dans la vie puisse dieux faire en sort, que ce travail porte son fruit, merci papa pour les valeurs nobles et l'éducation. A mon marie **Alla Debabech** que na jamais sucé de me soutenir, pour que je puis finir mes études et avoir une bonne formation, et surtout être la meilleur. A ma sœur **Katia** et son marie, qui on cessé d'être pour moi des exemples de prévenance de courage et de générosité, sans oublier leur petite princesse **Soufia**. A mes deux cher frère **Walid** et **Rayane**, A mon oncle **Rabah** et sa femme pour le soutient permanent, A mes cousines **Salwa**, **Siham** et mes deux princesses **Aya** et **Lina**. A mes cousins **Bizak**, **Wahib** et **Yacine**, son oublier notre petit **Adam**. A ma cher amie sœur et binômes **Zahira**. A ma copine **Sonia** qui n'a cessé de m'aider et de m'encourager. A ma promotrice **IHADEN** et a toutes la famille **ADRAR** et **DEBABECH***

ADRAR SARA

Dédicace

Je dédie ce mémoire qui représente l'aboutissement de plusieurs années de labeur à :

- ❖ *La mémoire de défunte de ma grande mère que j'ai perdu récemment, qui n'a pas pu voir ce que je suis, que dieu ait son âme et l'accueille en son vaste paradis INCHALLAH « nana laldja ».*
- ❖ *Mes très chers parents qui grâce à leurs encouragements leurs dévouement et leur aide si précieuse J'ai pu arriver au bout de ma spécialité et d'être en mesure d'atteindre mes objectifs et de réaliser ce mémoire.*
- ❖ *Mes deux chers grands pers ALLAH YARHAMHOUM.*
- ❖ *Ma chère grande mère « nana cherifa » pour sa générosité, celle qui nous a tellement souhaité que de réussir RABI YAYRHAMHA*
- ❖ *Mon oncle mourad ouali pour son aide précieux*
- ❖ *Mes deux chers frères lounes et faycel*
- ❖ *A ma belle sœur kahina pour son encouragement*
- ❖ *Mes deux chères sœurs et leurs maris*
- ❖ *Ma petite sœur Linda.*
- ❖ *A ma chère tante akila et son mari oncle nouredine .*
- ❖ *Ma chère copine SARA que j'aime énormément celle qui a été toujours à mes côtés.*
- ❖ *Mes chères cousines Céline , liza , kenza et sarah*
- ❖ *Mes oiseaux de paradis et trésors de ma vie néliya ,naya*
- ❖ *Ma promotrice Mme IHADEN*
- ❖ *Tous mes amis qui m'ont témoigné amitié et sympathie et très particulièrement : noria, Sonia, katia, kahina.*
- ❖ *A toute personne qui m'a aidé de près ou de loin et à toute personne qui en bénéficiera de ce travail.*

Allouti zahira

Sommaire

Introduction	1
---------------------	---

Cadre méthodologique

1-Problématique	4
2 Les hypothèses	6
3-Les études antérieures	6
4-Les objectifs de recherche	7
5-Les raisons du choix du thème	8
5.1. Les raisons subjectives	8
5.2. Les raisons objective	8
6-définition des concepts clés	9
6-a) relations publiques	9
6-b) Technologies de l'information et de la communication	9
6-c)Usage	10

Partie théorique

Chapitre01 les technologies de l'information et de communication

Préambule	11
-----------	----

Section 1 : évolution et développement des TIC

1. Historique et évolution des TIC	12
2 Définitions des TIC	13
3. Les caractéristiques des TIC	14
3.1. La compression du temps	14
3.2. La compression de l'espace géographique	14
3.3. Réduction des espaces de stockage de l'information	14
3.4. Flexibilité d'usage	14
4. Les différents outils des TIC	15

A. Les outils de communication -----	15
B. les outils de gestion de données -----	16
5. Les réseaux sociaux -----	18
6. Les avantages des TIC -----	19

Section 2 : Insertion des TIC dans les institutions

1. L'usage des TIC dans l'entreprise -----	20
2. l'impact des TIC sur l'entreprise -----	21
3. Aperçu général sur le secteur des TIC en Algérie -----	22
1.3. Les Données globales sur le secteur des TIC -----	22
2.3. Les domaines d'utilisation des TIC en Algérie -----	23
3.3. L'appropriation des TIC par les entreprises algérienne -----	24
4. TIC comme un élément de développement pour l'entreprise -----	24
5. TIC et les relations sociales 2.0 -----	25
Conclusion -----	27

Chapitre2 développements et évolution des relations publiques

Préambule-----	28
----------------	----

Section 1 : aperçu général sur les relations publiques

1. Historique et évolution des relations publiques-----	29
2. Définition des relations publiques -----	31
3. Le rôle de pratique des relations publiques -----	32
4. Les finalités des relations publiques -----	33
5. Les différentes activités des relations publiques -----	34
6. Outils et moyens des relations publiques-----	35
6.1. Les relations presses -----	35
6.2. La relation publique institutionnelle ou corpo rate -----	35
6.3. La communication de crise-----	36
6.4. Les relations publiques « produits » -----	37

6.5. Les relations publiques internes-----	38
6.6. Le parrainage : mécénat et sponsoring -----	38
7. Partie prenante des relations publiques -----	39

Section 2 : l'usage des TIC dans les relations publiques.

1. L'évolution des TIC dans les relations publiques-----	40
2. L'impact du web 2.0 sur les relations publiques -----	41
3. Le rôle de la communication digitale pour relations publiques -----	43
4. L'impact des réseaux sociaux sur les relations publiques -----	43
5. L'apport des TIC pour les relations publiques-----	44
Conclusion -----	45

Partie pratique

Chapitre3 présentation de l'organisme d'accueil

1. Préambule -----	46
2. Historique et évolution du ministère des ressources en eau -----	46
3. les missions du ministère des ressources en eau -----	50
4. les objectifs du ministère des ressources en eau-----	61

Chapitre4 l'enquête sur le terrain

I. Les étapes de l'enquête -----	63
1. La pré-enquête-----	63
2. L'enquête -----	64
2.1. La méthode utilisée-----	64
2.2. Les techniques de recherche -----	65
2.3. Présentation de la population de l'étude -----	67
2.4. Difficultés rencontrées-----	68

II. Analyse des résultats de la recherche menée au sein du ministère des ressources en eau

1. Présentation des caractéristiques des enquêtés -----69

2. Analyse des données collectées -----70

Synthèse des résultats de la recherche -----85

Conclusion générale -----87

La liste bibliographique -----88

Annexes

Introduction

Introduction

Les technologies de l'information et de la communication (tic) ont considérablement évolué durant les quinze dernières années, modifiant profondément notre vie quotidienne et suscitant un débat permanent. Les TIC ont transformé nos vies privées et professionnelles. Elles ont bouleversé la manière dont nous voyons le monde et nos rapports de communications avec les autres.

Les TIC offrent des opportunités extraordinaires en termes d'échanges, d'augmentation de la productivité et d'innovation, elles sont une partie intégrante de la gestion du changement organisationnel.

Il est reconnu que les technologies de l'information et de la communication (tic) sont un vecteur de développement de l'évaluation de leur impact sur la performance des organismes, cependant les TIC ne sont que des outils qui peuvent exercer des effets positifs ou négatifs sur la performance des organisations tout dépend de la stratégie organisationnelle et les finalités attendues de leurs usages.

Les TIC sont induites « par grappes » dans les organisations elles se présentent ainsi comme des grappes de technologies des différents éléments qui se recouvrent largement une pratique cohérente et homogène de ces outils pourtant être primordiale pour une certaine efficacité professionnelles, ainsi l'introduction massive des TIC dans les organisations nous suggère une réflexion d'ensemble sur les processus individuels et collectifs d'acquisitions des connaissances, cette littérature managériale laisse présager un renforcement de cette tendance via les réseaux électroniques qui en favorise la circulation des informations renforceraient les possibilités d'autonomie dans les décisions.

les TIC sont devenues de plus en plus un moyen d'efficacité pour les institutions, parce que elles permettent de rapprocher le public externe avec les institutions en vue de maintenir la confiance de ces publics et de créer et renforcer les liens avec eux, à cet effet les TIC modifient considérablement les pratiques des relations publiques, car elles permettent l'évolution des domaines des relations publiques en fonction des différents outils qui créent de nouveaux lieux d'échange, contacts ainsi de nouveaux publics, par conséquent les tic ont modifié largement le travail des organisations en révélant et accélérant de nouvelles pratiques et de nouvelles relations avec le public.

Dans ce travail, nous allons procéder à l'analyse de l'usage des technologies de l'information et la communication dans les relations publiques. A cet effet nous avons effectué une recherche

sur l'impact des TIC sur les pratiques des relations publiques dans une institution publique, à savoir le ministère des ressources en eau.

L'objet de notre recherche consiste à connaître comment le ministère des ressources en eau utilise les TIC afin de communiquer avec le public interne et externe et comprendre comment les TIC ont facilité les différentes tâches des relations publiques et comment les TIC contribuent à établir une bonne communication dans les relations publiques.

Pour cela nous avons structuré notre travail en trois parties : la première partie comprend le cadre méthodologique, la deuxième comporte la théorie et la dernière partie réservée au cadre pratique.

La première partie est consacrée au volet méthodologique du travail, elle comprend : la problématique, l'objet d'étude, définition des concepts.

Dans la deuxième partie, nous avons procédé à une recherche théorique portant sur la littérature relative au thème, cette partie est divisée en deux chapitres ; à savoir :

Chapitre 01 qui s'intitule, les technologies de l'information et de communication qui se compose de deux sections la première section réservée à l'évolution et au développement des TIC puis la deuxième section est consacrée à l'insertion des TIC.

Chapitre 02 qui s'intitule, les relations publiques, ce chapitre se divise en deux sections, la première section représente un aperçu général sur les relations publiques ensuite la deuxième section dans laquelle nous avons présenté notre thème en général qu'est l'usage des TIC dans les relations publiques.

La troisième partie est le volet pratique composé de deux chapitres à savoir:

Chapitre 03: présentation de l'organisme d'accueil, Dans ce chapitre nous avons présenté le ministère des ressources en eau, son historique, ses missions et ses différents objectifs.

Chapitre 04 : l'enquête sur le terrain, composé de deux éléments à savoir:

- I. **Les étapes de l'enquête :** dans cet élément nous allons présenter la pré-enquête, l'enquête, la méthode utilisée, la population de l'étude et les difficultés rencontrées.
- II. **l'analyse des résultats de la recherche menée au sein du ministère des ressources en eau :** cet élément est consacré pour l'analyse des résultats qu'on a obtenus pendant la recherche au sein du ministère des ressources en eau.

Nous terminerons notre travail par une conclusion générale, dont on va tenter de répondre à la question de départ qui concerne l'importance de l'usage des TIC dans les relations publiques.

**CADRE
METHODOLOGIQUE**

1-Problématique

Les technologies de l'information et de la communication, plus communément appelées TIC ont considérablement évolué au cours des années 70. L'accélération de l'utilisation des technologies de l'information et de communication (tic) a été l'un des faits les plus marquants dans le monde, aujourd'hui elles constituent le fondement de la nouvelle économie.

Depuis leurs apparitions, les TIC ne cessent d'évoluer et de se perfectionner engendrant avec elles des bouleversements dans la vie des entreprises .ces changements visent à rendre efficace tous les processus existants au sein de l'entreprise afin de profiter des avantages que confèrent ces outils aux utilisateurs.

En Algérie les entreprises, commencent à comprendre, par expérience, que la motivation de leurs travailleurs n'est pas facile c'est pourquoi les technologies de l'information et de la communication (tic) sont intégrées dans le travail, plusieurs études ont été menées sur la situation des entreprises algériennes par rapport aux TIC, «selon les résultats d'une enquête sur les indicateurs des TIC en Algérie, réalisée en 2008, par le Centre de recherche en économie appliquée pour le développement (CREAD), seules 41,44% des entreprises Algériennes sont raccordées à l'Internet. En 2011, moins de 20% des PME algériennes sont connectées. Par ailleurs, le nombre de sites web algériens est de 76 000 dans tout le pays, ce qui doit inciter les entreprises algériennes à engager plus d'efforts pour l'appropriation des TIC. Notons également que, 100% des Universités et centres de recherches, plus 9 000 établissements scolaires sont raccordés à l'Internet a partir de 2011»¹.

En effet l'usage des TIC dans les organismes s'impose comme outil d'innovation, c'est un moyen qui consolide les relations entre les travailleurs et renforcent les liens qui unissent les groupes. À cet égard les organisations doivent communiquer afin de gérer leurs activités et s'adapter aux changements mais aussi pour garantir une bonne communication de l'interne qui va se répercuter positivement sur l'image globale de l'entreprise à l'extérieur.

Selon MARIE-HELENE WESTPHALEN La communication des organisations est le processus d'écoute et d'émission de messages et de signes découlant d'une organisation à

¹ DIFALLHA Mohammed Elhadi, Mokrane Ali et KHENNICHE Youcef, *Adoption et utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Algérie : état des lieux*, 2016, P37, consulté le 20mai à 14h00
Disponible sur le lien :
<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/13596/1/ABPR10F03.pdf>

Cadre Méthodologique

destination de publics particuliers, visant l'amélioration de l'image, le renforcement de leurs relations, la promotion de leurs produits ou services et la défense de leurs intérêts¹.

Parmi les champs de la communication organisationnelle, on cite les relations publiques qui regroupent l'ensemble des actions de communication non publicitaires menées par un organisme. Les relations publiques consistent à établir des contacts directs avec des personnes influentes afin de gagner des publics plus larges. Les principales cibles des opérations de relations publiques sont les médias, le monde politique et institutionnel, les milieux associatifs et les prescripteurs.

En effet les relations publiques Constituent une fonction permanente, elles contribuent à établir et maintenir les relations avec les différents publics internes ou externes nécessaires au développement économique, social et communicationnel d'un organisme.

L'essor des relations publiques s'accompagne d'une institutionnalisation de l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC), la mise en place de ces technologies et leur utilisation personnalisée ont largement contribué à modifier les structures et processus organisationnels, elles ont profondément révolutionné les relations publiques qui doivent désormais répondre à de multiples interrogations. Les relations publiques devenues une technique complémentaire au service de communication interne et externe sont également l'outil privilégié de la communication institutionnelle elles délivrent des messages à caractère informatif ni commercial ni publicitaire, en donnant une image valorisante des organisations.

L'usage des TIC s'est élargi pour touche même les institutions publiques pour assurer des tâches de plus en plus nombreuses, elles sont notamment susceptible d'apporter des réponses tant sur l'organisation, que sur le mode de fonctionnement et le renforcement des performances des employer. En effet l'évolution des TIC dans les institutions publiques engendre une transformation importante de son mode d'organisation et de travail ceci amènera l'institution publique à repenser une planification stratégique efficace qui consiste à effectuer une analyse minutieuse de l'environnement interne et externe afin d'identifier les meilleurs opportunités et à servir le citoyen d'une manière plus appropriée, notamment à travers la mise en ligne de ses différents services.

Dans ce cadre pour traiter l'usage des TIC dans les institutions publiques on a effectué une étude pratique qui s'est déroulée sur une période de **deux (02) mois** allant du **28 mars** au **28 avril 2018** au sein du **ministère des ressources en eau** pour démontrer le rôle stratégique des TIC et leur impact sur le changement de fonctionnement des déférents services du ministère des ressources

¹ Thierry Libaert, Marie-Hélène Westphalen, *COMMUNICATOR : toute la communication d'entreprise*, 5^{ème} édition, DUNOD, Paris, 2009, p10.

Cadre Méthodologique

en eau d'une part, d'autre part pour déterminer l'utilité de ces moyens et leurs apports en matière des relations publiques.

A partir de là, on peut mener notre démarche a travers la question suivante :

Comment le ministère des ressources en eau utilise-t-il les TIC dans le cadre des relations publiques ?

2 Les hypothèses :

Selon GRAWITZ l'hypothèse « est une proposition de réponse à la question posée .Elle tendra formuler une relation entre des faits significatifs, même plus ou moins précise elle aide à sélectionner les faits observés »¹

Pour apporter des réponses à la question posée ci-dessus, nous proposons les hypothèses suivantes :

- L'usage des TIC au sein du ministère des ressources en eau Contribue à établir une bonne communication dans les relations publiques.
- L'usage des TIC au sein du ministère des ressources en eau facilite les différentes tâches des relations publiques.

3-Les études antérieures :

Etude 1 :

« La communication interne et l'usage des technologies de l'information et de communication dans l'entreprise »².

Dans ce mémoire en vue de l'obtention du diplôme de licence, spécialité sociologie de communication, les TIC sont présentées comme étant un moyen fondamental d'organisation et de coordination au sien de l'entreprise.

¹ GRAWITZ MADELEINE, *méthode des sciences sociales*, 11^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2001, P398.

² MASILI FAIROUZ, MEDDOUR MONIR, OUAZENE SALEM, *La communication interne et l'usage des technologies de l'information et de communication dans l'entreprise* mémoire pour l'obtention d'une licence en sociologie et démographie, département des sciences sociales , Faculté des sciences humaines et sociales, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2012/2013.

Ce travail vise à étudier l'usage des TIC et à montrer l'importance de leur intégration au sein de l'entreprise. En expliquant l'utilité des TIC dans l'organisation du travail, et la gestion de connaissances dans l'entreprise.

Le lien qui existe entre l'étude antérieure et notre recherche est l'analyse du rôle des TIC dans transmission des informations et leur impact sur l'organisation du travail. Par conséquent l'étude antérieure s'inscrit dans le champ et la littérature de notre thématique qui est le domaine des TIC et de communication, en outre la pertinence de ce mémoire nous a fourni une vision plus globale de notre thématique étudiée. Dans notre cas nous avons apporté une vision précise sur le domaine de la communication car nous avons analysé les usages des nouvelles technologies dans la communication institutionnelles plus précisément dans les relations publiques.

Etude 2 :

« L'usage des TIC dans l'entreprise »¹

Dans ce mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master en sociologie du travail et des ressources humaines, les TIC apparaissent, comme un moyen important au sein de l'entreprise, le but de l'étude présenté est de montrer l'utilité, l'impacte et le rôle des TIC dans l'entreprise.

Puis cette étude montre que l'intégration des TIC provoque l'augmentation de niveau de qualification et le changement organisationnel à l'intérieur de l'entreprise et la diffusion rapide de l'information.

Le lien qui existe entre cette recherche et notre sujet est que l'étude présenté, porte sur la même variable de notre thème de recherche qui est l'usage des TIC, Cette étude nous a apporté un panorama sur l'utilisation des TIC dans les relations publiques qui est notamment notre deuxième variable de recherche. Additionnement nous avons apporté une analyse sur l'implication des TIC dans le processus d'échange avec des publics cible en interne et en externe à une institution publique.

4-Les objectifs de recherche :

Parmi les objectifs que nous avons fixés :

- ✓ Montrer l'importance et l'utilité des TIC dans les relations publiques.

¹ BOUZIDI MEBARKA, *L'usage des TIC dans l'entreprise* mémoire pour l'obtention du diplôme de Master, département des sciences sociales, faculté des sciences humaines et sociales, université Abderrahmane Mira-Bejaia, 2012/2013.

Cadre Méthodologique

- ✓ Recueillir plus d'informations sur l'usage des TIC et le système d'informations suivi dans le ministère des ressources en eau.
- ✓ Connaître la place qu'occupent les relations publiques au sein du ministère des ressources en eau.
- ✓ Déterminer les usagers des TIC dans les relations publiques au sein du ministère des ressources en eau.
- ✓ Découvrir les enjeux de l'usage des TIC dans les relations publiques.
- ✓ Cerner les outils utilisés dans les relations publiques par le ministère des ressources en eau.
- ✓ connaître et montrer l'importance et l'apport des TIC aux relations publiques
Déterminer l'influence des TIC dans le ministère des ressources en eau ainsi que dans la diffusion de l'information.

5-Les raisons du choix du thème :

5.1. Les raisons subjectives :

Nous avons choisi ce thème tout d'abord pour l'importance qu'il représente vis-à-vis de notre spécialité étudiée qui est la communication et les relations publiques. Donc nous envisageons :

- ✓ Approfondir nos connaissances déjà acquises durant notre cursus sur les TIC et les relations publiques.
- ✓ Mettre en pratique les éléments théoriques et méthodologiques acquis en traitant un sujet.
- ✓ En outre ce sujet répond à nos préoccupations actuelles.

5.2. Les raisons objective :

- ✓ Le sujet est original.
- ✓ Manque des études qui portent sur l'usage des TIC dans les relations publiques.
- ✓ Enrichir la bibliothèque de l'université.

6-définition des concepts clés :

6-a) relations publiques :

Les relations publiques sont la branche de la communication des organisations privée ou publiques, marchandes ou associative qui traite de leurs relations avec leurs publics selon THIERRY LIBAERT : « les relations publique sont en effet l'expression originale étasunienne *public relations*, a été traduite dans beaucoup de langues différentes en changement souvent en partie de signification »¹.

Pour HARLOW : « les relations publiques sont une fonction distinctive de management qui aide à établir et conserver des lignes mutuelles de communication, compréhension, acceptation et coopération entre une organisation et ces publics ... »².

Les relations publiques sont la discipline qui s'occupe de la réputation avec l'objectif de gagner la compréhension et le support et d'influencer l'opinion et le comportement , LENDREVIE et BROCHAND indiquent que « les relations publiques peuvent être définies de façon très large ,comme un ensemble de techniques de communication destinées à développer une relation de confiance ,d'estime et d'adhésion entre une entreprise , une marque et de multiples publics : consommateurs, distributeurs leaders d'opinion, pouvoir public et plus largement l'opinion publique »³.

➤ Dans le cadre de notre étude, les relations publiques sont définies, comme étant un ensemble de méthodes et de techniques de communication utilisées par les institutions pour informer à une échelle interne mais surtout externe dans le but de transmettre des informations sur les activités de l'organisme, de promouvoir son image, et de véhiculer des messages positifs a fin de créer et maintenir ces relations avec les publics internes et externes.

6-b) Technologies de l'information et de la communication :

Technologies de l'information et de la communication sont l'ensemble des technologies utilisées dans le fonctionnement et la transformation et le stockage sous forme électronique, elles englobent les technologies des ordinateurs et les communications et les réseaux qui relient les appareils tels que le fax et d'autres matériaux.

¹ Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, Paris, 2009, p15.

² Ibid., p16.

³ Philippe Boistel, *gestion de la communication d'entreprise*, LAVOISIER, Paris, 2007, p258.

Cadre Méthodologique

Les TIC peuvent se définir comme «l'ensemble des outils permettant d'accéder à l'information sous toutes ses formes, de la manipuler, de la transmettre, en s'appuyant sur des technologies informatiques et de télécommunication »¹.

Charpentier P. stipule «les technologies de l'information regroupent l'ensemble des techniques qui permettent de collecter, stocker, traiter et transmettre les informations »².

➤ Dans cette recherche nous définissons les TIC comme étant l'ensemble des techniques et des équipements informatiques permettant de communiquer à distance par voie électronique, pour améliorer le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information.

6-c)Usage :

« Le concept usage vient du latin « usus » et peut signifier une pratique sociale que l'ancienneté, ou la fréquence rend normal dans une culture donnée. Dans ce sens il est plus proche des termes comme (moeur, usage) et coutume, mode, habitude renvoie au comportement habituel dans certaines circonstances et dans certains milieux »³.

Berton et Proulx définissent l'usage comme « un phénomène complexe qui se traduit par l'action d'une série de médiations enchevêtrées entre les acteurs humains et les dispositifs techniques »⁴.

Docq et Daele ainsi que **Bachelet**, considèrent l'usage comme « un ensemble de pratiques, une façon particulière d'utiliser quelque chose, un ensemble de règles partagées socialement par un groupe de référence et construites dans le temps »⁵

➤ Dans le cadre de notre étude nous définissons le concept « usage » comme étant l'ensemble des règles et des pratiques les plus couramment observées, c'est une technique de faire agir un objet, une manière selon sa nature, sa fonction propre afin d'obtenir un effet qui contribue à la satisfaction des besoins.


¹ Bruno HENRI et Maurice IMBERT, *DRH : tirez parti des technologies*, Édition, d'organisations, Paris, 2002, p2.

² P Charpentier, *organisation et gestion de l'entreprise*, édition Nathan, Paris, 1997, P133.

³ Madeleine GRAWITZ, op.cit p424.

⁴ Anthony Hussenot, *vers une reconsidération de la notion d'usage des outils tic dans les organisations : une approche en termes d'enaction*, septembre 2006, France, P4.

⁵ Op. Cite. Anthony Hussenot, P4.



CADRE
Theorique

Préambule :

Les technologies de l'information et de la communication (tic) sont une composante de plus en plus importante de l'organisation actuelle du travail. Elles peuvent également être de formidables outils de motivation par les transformations qu'elles sont capables d'apporter aux manières traditionnelles de travailler et de communiquer dans l'organisation. Du simple e-mail au travail au groupware, de nombreuses études ont montré comment l'introduction et l'usage des différentes formes de TIC étaient susceptibles de transformer les réalités du travail.

Dans ce chapitre qui porte sur les technologies de l'information et de communication, nous allons montrer l'importance et l'utilité des TIC pour l'institution et comment les TIC peuvent participer au développement des organisations.

La première section comporte:

- ✓ L'historique et l'évolution des TIC.
- ✓ Les différentes caractéristiques et rôles des TIC.
- ✓ Enfin, différents outils et avantages des technologies de l'information et de communication.

Passent à la deuxième section sous titre insertion des TIC, ici nous présentons au premier lieu l'usage des TIC et l'impact des technologies de l'information et de communication dans les institutions, puis le secteur des tic en Algérie (apparition et développement des TIC en Algérie), et enfin, l'apport des TIC pour les relations sociales 2.0.

Section 1 : évolution et développement des TIC

1. Aperçu historique des TIC:

« Depuis la création de l'informatique de production début des années 1960 jusqu'aux années 1980, l'expertise était purement technique : l'expert analysait la tâche automatisée et faisait développer le programme informatique adéquat »¹

« Depuis 1970, l'accélération dans la généralisation de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (tic) a été l'un des faits les plus marquants, leur évolution est passée par plusieurs étapes à savoir : l'automatisation, l'intégration et la transformation de l'organisation, la communication et en fin l'interaction et l'automatisation et l'introduction des machines au sein de l'entreprise afin de remplacer l'homme qui assurait des tâches et des procédures complexes, effectuées manuellement. C'est la première innovation technologique, elle a permis aux grandes entreprises d'établir les grands systèmes de base supportant leurs activités. Les TIC n'avaient alors qu'un rôle de support, rendant automatiques les processus pour augmenter les gains de productivité.

A partir des années 1980 le rôle des TIC a évolué pour devenir plus stratégique puisqu'il permettait d'intégrer l'ensemble des informations au sein des organisations et ainsi diminuer les coûts de transaction internes.

A partir des années 1990 avec le développement de l'internet et l'augmentation considérable des capacités de traitement des outils informatiques et leur miniaturisation, le champ d'intervention de l'informatique a débordé des grands systèmes de production pour investir l'ensemble des activités administratives, Internet est devenu un médium incontournable pour les entreprises. Elle est constituée la principale innovation technologique suivante en offrant de nombreuses possibilités d'interactions pour les organisations. De plus, les ordinateurs personnels sont devenus des outils de communication. Avec internet, de nouvelles innovations ont été permises pour les organisations. Les firmes comme Dell, Amazon et eBay ont pu émerger.

L'invention de net : le web « World wide web » est un système d'hypertexte qui permet aux utilisateurs de passer d'une page à une autre lorsqu'ils naviguent sur internet. C'est l'américain Tim Berners-Lee qui a créé le web afin de faciliter l'accès à internet au grand public.

¹ JACQUE SAURET, *le cas des technologies de l'information et de la communication*, revue française d'administration publique, 2002, p446.

Enfin, le web 2.0 a fait son apparition dans les années 2000, ce qui a permis la bidirectionnalité et l'individualisation. D'autre part, grâce à cette nouvelle innovation technologique, il est possible de rejoindre d'avantage d'acteur, qu'ils soient fournisseurs ou clients, et de créer des communautés encourageant l'échange entre tout les partenaires .Cela a aussi accru les possibilités des plateformes pour permettre de rejoindre les acteurs, en tout temps et n'importe ou, Le web 2.0 est l'avancement du web. Il est facile à utiliser et s'adresse au grand public »¹.

2 Définitions des TIC:

Les technologies de l'information et de communication représentent des technologies de l'informatique qui contribuent a une véritable révolution socioculturelle, l'avènement principale des TIC et sans contexte les réseaux internet qui ouvre notamment la voix a la société informatique.

Les TIC comprennent tout d'abord matériel informatique, les logicielles et la télécommunication. L'autre particularité des TIC, et a laquelle aucune technologie ne peut se mesurer, réside dans le fait qu'elle touche tous les domaines de notre vie, « les TIC c'est l'ensemble des outils permettant d'accéder a l'information, sous toutes ses formes, de manipuler, transmettre, en s'appuyant sur des technologies informatiques et de télécommunication »²

Selon Canard et Barlatier « les technologies de l'information et de la communication elles elle-même n'ont rien de nouveau, leur socle technique est constitué d'éléments qui existent depuis longtemps, à savoir le téléphone, l'ordinateur, le satellite, la fibre optique, la numérisation, les audiovisuelles »³

Les TIC englobent : l'internet, l'utilisation de l'email, les technologies des télécommunications des satellites et des téléphones mobiles, les techniques nouvelles câbles, les ordinateurs puissants et rapides « couts réduits », les systèmes d'informations dans la prise de décisions, Les réseaux et internationaux et les banques d'information, les liaisons électroniques « connexions »des banques de données de l'internet.

¹ Aubert B et all, *l'innovation, et les technologies de l'information et de communication*, HEC Montréal, octobre, 2010, P7.

² Bruno HENRI et Maurice IMERT, *DRH : tirez parti des technologies* ; Ed : d'organisation, Paris, Avril 2002, P14.

³ Canard et Barlatier, *l'apport des tic de la qualité à la dynamique des connaissances*, in nouvelle économie, organisation et modes de coordination, 2004.P24.

3. Les caractéristiques des TIC :

D'après R.Reix, « les caractéristiques des technologies de l'information et de la communication peuvent être résumées en quatre points : la compression du temps, la compression de l'espace, la réduction des espaces et de stockage de l'information »¹

3.1. La compression du temps :

Les technologies de l'information procèdent au traitement des informations à l'aide des opérations variées, afin de les rendre plus pertinentes, d'où l'automatisation de ces opérations pour réaliser des performances en termes de vitesses sans commune mesure avec elle des traitements d'opérations effectuées manuellement. Les capacités des ordinateurs ont traité des millions d'informations par seconde, confère à l'entreprise des avantages très intéressants notamment une très grande diminution du temps de traitement des informations, ce qui se traduit par des gains de productivité et la possibilité d'accomplir certaines tâches irréalisables manuellement.

3.2. La compression de l'espace géographique :

Les technologies de l'information et de la communication ont réalisé des progrès importants. Elles ont permis d'éliminer les barrières et les frontières entre les pays. De ce fait elles permettent aux entreprises délocalisées de rester fortement coordonnées avec les autres activités de la firme grâce à leurs capacités impressionnantes de transmettre instantanément d'importants volumes de données entre deux ou plusieurs points très éloignés du globe.

3.3. Réduction des espaces de stockage de l'information :

Les technologies magnétiques « disques et bandes » et optiques « CD-ROM » permettent le stockage d'un volume important de données dans des conditions d'encombrement très réduit, il s'agit d'un progrès considérable par rapport aux formes de stockage classiques « archives, papiers. »

3.4. Flexibilité d'usage :

Les technologies de l'information disposent d'un très large potentiel d'utilisation et permettent des informations sous différents supports de plus en plus adaptés aux besoins d'utilisation.

¹ R.Reix *systèmes d'information et management des organisations*, Edition Vuibert, Paris, 2002, p81.

4. Les différents outils des TIC :

Les TIC regroupent l'ensemble des ressources nécessaires pour échanger et partager les informations entre les membres d'une entreprise. Elles sont constituées d'outils de communication et d'outils de gestion des données.

A. Les outils de la télécommunication:

Se composent de téléphone fixe, téléphone mobile, le télécopieur et le réseau informatique.

A.1 Le téléphone :

Le téléphone c'est un appareil de communication, initialement conçu pour transmettre des voix entre les utilisateurs à travers des câbles et des circuits électriques. C'est un ancien outil et son utilisation a tendance à disparaître de plus en plus à cause de l'émergence de la téléphonie mobile.

A.2 La téléphonie mobile :

Le téléphone mobile ou cellulaire est un appareil de télécommunication qui permet de communiquer par téléphone, sans être relié par câble tout en étant mobile.

A.3 Le télécopieur :

C'est un appareil électronique qui a pour rôle de convertir les images et les textes en impulsion électrique afin de les transmettre à un destinataire.

A.4 Le réseau informatique :

il s'agit d'un ensemble de moyens matériels et logiciels mis en œuvre pour assurer l'échange des communications entre les ordinateurs, le réseau informatique est constitué de trois outils à savoir l'internet, l'intranet, l'extranet.

✓ **Internet :**

« Constitue un moyen de diffusion qui gagne en popularité ces dernières années. Ce moyen efficace, rapide et peu coûteux pour faire passer des informations destinés à divers publics favorise la communication bien qu'il contribue, parfois, à augmenter l'infobésité* »¹.

¹Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, 2015, Paris, P88.

*l'infobésité est issue de la contraction entre les termes « information » et « obésité ». Elle désigne la surcharge d'informations à laquelle nous sommes tous les jours confrontés. Exemple : l'infobésité sur internet est souvent un obstacle à la recherche d'information.

✓ **Extranet :**

Un réseau extranet est un outil informatique dont la liste de sécurité est externalisée c'est-à-dire géré par un organisme ou une entité externe aux utilisateurs. L'extranet c'est une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires situés au-delà du réseau interne.

✓ **Intranet :**

« Est un réseau privé utilisant les mêmes techniques et interfaces qu'internet permettant aux employés ou aux membres d'un groupe de communiquer entre eux et d'accéder aux données d'une organisation. Cet outil fournit aussi des informations instantanés (résultats de l'entreprise, information de recrutement...) que des informations commerciales (lancement de produits, campagne de publicités...) ou pratiques (gestion du temps de travail, modalités de prise de congés...) »¹

B.les outils de gestion de données :

Les outils de gestion de données les plus utilisés dans une organisation sont : les bases de données, l'échange de données informatisé (EDI), et entreprise ressources planning(ERP).

B.1.les bases de données :

La base de données a pour objectif de mémoriser des informations en grande masse dans un système informatique central doté d'une grande capacité de stockage elle comporte essentiellement le Datawarehouse et le Datamining.

- Le Datawarehouse :

Il s'agit d'une application qui regroupe un ensemble de données qui sont répertoriées selon un historique bien précis. Selon Grouard J.M, « l'objectif du Datawarehouse est de centraliser toutes les données en optimisant l'information qu'elles contiennent »².

L'application de Datawarehouse constitue un entrepôt de données visant à assister la prise de décision au sein des entreprises.

¹ Andrea CATELLANI, Op cite. P91.

² Grouard J.M, *le projet décisionnel*, édition Eyrolles, Paris, 1998, P9.

- **Le Datamining :**

Le Datamining est un « processus qui permet de découvrir dans de grosses bases de données consolidées des informations jusque-là inconnues, mais qui peuvent être utiles, et d'utiliser ces informations pour soutenir des décisions tactiques et stratégiques »¹.

Donc le datamining est une méthode qui peut être utile dans l'exploitation des données afin d'en extraire des connaissances importantes pour l'entreprise, surtout lorsque il s'agit d'une quantité très importante d'information.

B.3.L'échange de Données Informatisées(EDI) :

Il s'agit « d'un système d'information associés à plusieurs entreprises devenant partenaires »².

En effet L'échange de données informatisées(EDI) sert à communiquer des données structurées entre les différents partenaires, ces données sont généralement codifiées et présentées sous un format bien précis.

B.4.Entreprise Ressource Planning(ERP) :

Les progiciels de gestion intégrés ERP sont « des progiciels qui couvrent toutes les fonctions de l'entreprise : l'achat, les ventes, les stocks, la finance, la logistique et la fabrication. Ils ont la vertu d'amener les entreprises à adopter un même mode de fonctionnement, d'avoir une vision financière intégrée, de partager les mêmes informations en évitant les doubles saisies et les interfaces informatiques »³.

L'intégration des différentes fonctions des ERP permet une meilleure productivité et une réduction des coûts de l'information. ERP comporte le Groupeware et le Workflow.

¹ Govare V, « **L'évolution du travail avec les nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC)** », Paris, 2002, P12

² Quelennec C, « **ERP, levier de transformation de l'entreprise** », édition Lavoisier, Paris, 2007, P17.

³ Lequeux J, « **manager avec ERP** », édition d'organisation, Paris, 2008, P36.

- **Groupeware :**

Le groupeware est défini comme étant « l'ensemble des techniques et des méthodes qui contribuent à la réalisation d'un objectif commun à plusieurs acteurs, séparés ou réunis par le temps et l'espace, à l'aide de tout dispositif interactif. Faisant appel à l'informatique, aux télécommunications et aux méthodes de conduite de groupe »¹.

- **Le workflow (automatisation des flux de document) :**

Le workflow est une composante de groupeware qui permet de numériser les documents en papiers il représente l'ensemble des techniques et méthodes qui contribuent à la réalisation d'un objet commun à plusieurs acteurs séparés ou réunis, le workflow permet de nombreux avantages tels que la compression du temps et les transformations d'activités séquentielles en activités simultanées.

5. Les réseaux sociaux :

Les réseaux sociaux sont une partie des médias sociaux à l'image des blogs, des micros blogs, des communautés de partage de contenus, des wiki... « Pour notre part, nous regroupons les technologies, les applications et les sites permettant aux utilisateurs d'être facilement producteurs de contenus et d'interagir rapidement et à distance sous l'étiquette de « medias sociaux ». »²

- **Twitter :** service de microbillage ou microblogging également lancé en Californie en 2006. twitter est mis profil comme un canal de diffusion directe avec le public, journaliste, professionnel influencer les grands leaders d'opinion en ligne et « power middle influencer » les internautes capables de défendre une marque dans le cadre d'un échange qualitatif inclus. ce micro-blog permet d'observer et de suivre ce qui s'écrit sur une organisation, un secteur, et d'entretenir un dialogue constant avec le public.

¹ Lafitte M, in QUNIA Nadège, *La fonction ressources humaines face aux transformations organisationnelles des entreprises, impacts de la nouvelle technologie d'information et de communication*, thèse de doctorat en science de gestion, Toulouse, 2002, P108.

² Ibid. Andrea CATELLANI, P110.

- **LinkedIn** : né en 2003 en Californie, réseau social résolument professionnel, LinkedIn* a récemment annoncé avoir dépassé la barre des 300 millions de membres, ce service offre à ses utilisateurs la possibilité de bâtir et de réunir leur réseau professionnel tout en appliquant à titre individuel certains principes attachés aux relations publiques, veiller à faire grandir leur marque personnelle et préserver leur réputation numérique. LinkedIn est aujourd'hui un important outil de recrutement pour les entreprises mais aussi l'identification de contacts et de partenaires potentiels ou de veille concurrentielle.

- **YouTube** : créé en février 2005 et rapidement racheté par Google, 3^{ème} site le plus visité au monde, YouTube est consulté chaque mois par plus d'un milliard d'utilisateurs uniques. Ce site donne la possibilité aux personnes et aux organisations inscrites de publier et partager de façon illimitée des vidéos, une catégorie de contenus largement plébiscitée sur le web et un canal de communication percutant, et à tous de les regarder.

- **Facebook** : lancé en 2004 c'est le premier réseau moderne destiné à l'origine à la communauté étudiante d'Harvard, le site s'est graduellement et rapidement ouvert aux autres universités de l'Ivry élague comme Stanford ou Columbia puis, devenu Facebook en 2005, à l'ensemble des universités américaines et canadiennes, aux écoles secondaires, à quelques entreprises et enfin au monde entier à partir de septembre 2006.

6. Les avantages des TIC :

« L'étude du Centre d'Analyse Stratégique a permis de mettre en évidence les principaux points positifs concernant les technologies de l'information et de la communication, s'est notamment matérialisé par :

- ✓ Une meilleure structuration du travail : les outils et logiciels ont permis d'améliorer l'organisation du travail et d'obtenir une meilleure rationalisation quel que soit le domaine professionnel concerné.
- ✓ Un accès plus rapide à l'information : la rapidité des outils et notamment d'Internet permet à l'heure actuelle de trouver rapidement les informations dont on a besoin dans le cadre de son travail. Les salariés ont plus d'opportunités pour trouver des solutions aux problèmes survenant au quotidien.

*L'expression de LinkedIn ou LinkedIn marketing : regroupe l'ensemble des utilisations marketing qui peuvent être faites du réseau social professionnel LinkedIn. Les fonctionnalités et capacités marketing de LinkedIn sont généralement utilisées pour la prospection et la fidélisation en B2B ou dans une logique de marque employeur.

✓ Un gain de flexibilité dans le travail : les TIC, notamment à travers le développement des outils de travail à distance et l'évolution des appareils mobiles, permettent de travailler de manière moins rigide. Il est par exemple possible de travailler à distance via des systèmes de visioconférence ou d'accéder à un environnement de travail même si l'on ne se trouve pas physiquement sur son lieu de travail.

✓ Une réduction des coûts : la dématérialisation, l'automatisation de certains aspects ou processus de travail peuvent permettre de réduire les frais d'activités d'une entreprise.

✓ une amélioration de la qualité du travail et de la performance : les TIC apportent des outils permettant de mieux réguler le flux de travail et d'avoir une analyse plus approfondie du travail produit, que le résultat soit matériel ou non. »¹

De manière globale, les TIC ont eu un impact important au sein des entreprises et ont joué un rôle déterminant dans leur modernisation et dans leur quête de compétitivité économique.

Section 2 : Insertion des TIC

1. L'usage des TIC dans l'entreprise² :

On peut dire que l'usage des TIC est un avantage aux entreprises, Grâce a ces technologies de plus en plus perfectionnées, l'entreprise améliore considérablement sa productivité globale et ces services. L'efficacité globale n'en est que nettement supérieure. A partir du moment où il y a un certain équilibre dans l'usage collectif ou individuel des technologies, l'impact ne peut être que positif. Malgré tout, la société est loin d'être dépassée par les nouvelles technologies.

L'utilisation de ces technologies optimise la façon de travailler avec un redéploiement des ressources vers des tâches à plus grandes valeur. En libérant ces ressources et moyens, l'entreprise doit aussi savoir les préserver en adoptant bien sur la méthode de gestion des connaissances comme le (knowledge management) indispensable à la réussite d'un changement organisationnel.

Les TIC doivent être considérés comme un outil, une technique, une infrastructure. Elles relèvent de l'horizontalité et de la multiplicité donc une démarche participative des utilisateurs.

¹ *L'impact des TIC sur les conditions de travail en entreprise*, publié le 20 mai 2016, écrit par Humanis, consulté le 26 février 2018 à 18h00 disponible sur le lien : <https://humanis.com/particulier/prevoyance-dependance/impact-tic-conditions-de-travail/onible>.

² Abdelkader RACHEDI, *L'impact des TIC sur l'entreprise*, université de Saida-Magister 2006, Mémoire online, consulté le 12/04/2018, disponible sur le lien : https://www.memoireonline.com/01/10/3125/m_Limpact-des-TIC-sur-lentreprise2.html

Elles ouvrent tous les espaces, mais aussi tous els aspects de la vie sociale, du développement et de l'aménagement. Les TIC sont un véritable levier désenclavement. Elles redonnent des potentialités, au travers de projets initiés. Elles permettent à tout usager de travailler, de communiquer, d'échanger des informations en temps réel. Ceci un outil interactif fabuleux.

Les TIC offrent à l'entreprise de nouvelles opportunités d'évolution qui peuvent avoir des répercussions en termes de développement local et d'emploi, du fait de l'adoption de nouveaux modes de répartition des activités, de changements dans l'organisation du travail à l'avenir comme (par exemple : télétravail), de la création de nouvelles activités ou du recours à de nouveaux services externes.

A cette effet on constate que l'étude des usages des TIC dans les organisations professionnelles implique de prendre en compte les caractéristiques intrinsèques de l'outil, les pratiques existantes des utilisateurs, les conditions de réalisation de l'activité elle-même et la nature de cette dernière. On peut affirmer que les usages des TIC configurent autrement l'accomplissement d'une activité qu'elle que soit.

2. l'impact des TIC sur l'entreprise :

Les technologies de l'information et de communication sont d'avantages présents pour faciliter la vie des employés. Les téléphones ainsi que les ordinateurs fixes et portables, Internet à haut débit et le Wifi, permettent aux employés de travailler n'importe où, à n'importe quel moment, dans des conditions plus aisées qu'auparavant.

Les nouvelles technologies servent à produire de plus grande quantité d'informations. Il faut aussi toujours se tenir à jour des nouveautés, car elles évoluent très vite. Le moindre changement d'une donnée comme un chiffre, une date ou un prix peut avoir un impact sur d'autres données. Très peu, voire aucune entreprise ne peut se passer de nouvelles technologies pour se simplifier le travail, rien qu'en utilisant un simple traitement de texte, le téléphone ou tous les moyens de communication électronique tels que les emails, les réseaux sociaux, les messageries instantanées.

« Cependant, les TIC permettant de nouvelles possibilités d'échange et de partage d'informations, elles facilitent et peut-être accélèrent un certain nombre de changements. La clé aujourd'hui, ce n'est pas un problème de taille, c'est un problème de stratégie des acteurs. C'est un défi stratégique d'une ampleur nouvelle.

Dans un champ d'action du management par exemple l'impact est progressivement touché par la propagation des TIC et leur influence dans l'ensemble des fonctions. En effet, les TIC ne sont pas utilisés comme n'importe quel outil dont on garantirait la simple modernisation.

Elles proviennent d'orientations prises par la direction sur des axes stratégiques de nature très différente : commerciale, administrative ou technique. Elles peuvent être le résultat d'arbitrage entre telle ou telle fonction, qui voit un avantage à se moderniser.

La maîtrise des flux d'information en réseau lui assure une cohérence organisationnelle tout en améliorant son efficacité. L'information est ainsi détectée "en temps réel" et avec peu d'effort une fois programmé, l'agent peut passer ses nuits à surfer sur la toile pour trouver les informations désirées. Il devient ainsi facile de mettre à jour les informations sur la concurrence et de connaître les informations qui circulent sur votre propre entreprise »¹.

3. Aperçu général sur le secteur des TIC en Algérie.

1.3. Les Données globales sur le secteur des TIC²:

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sont devenues un secteur clé de l'économie nationale. Elles contribuent à hauteur de 4 % du PIB en 2011 ; un taux appelé à augmenter pour atteindre 8% dans les quatre prochaines années. Le secteur emploie 140 000 employés, dont 100 000 emplois directs. En 2011, le chiffre d'affaire global du secteur représente 5,5 Milliards de dollars, tandis que les importations relatives aux produits TIC sont estimées à 49 000 Milliards DA.

Dans ce cadre, à l'occasion du Forum arabe sur « l'innovation technologique et l'économie fondée sur le savoir », organisé à Oran le 05/06/2012, à l'issue de la clôture des travaux de la 16^{ème} session du Conseil des ministres arabes des Communications de l'Information, un ministre algérien chargé des TIC, a déclaré que « l'accès à Internet demeure relativement coûteux pour les personnes au revenu moyen » et a lancé un appel pour la mise en place de politiques pour développer et promouvoir la numérisation et renforcer l'accès à ce service pour toutes les catégories de la société dans les régions du pays.

¹ Abdelkader RACHEDI, Ibid.

² DIFALLHA Mohammed Elhadi, Mokrane Ali et KHENNICHE Youcef : *Adoption et utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Algérie : état des lieux*, 2016 P36/37, consulté le 12/04/2018, disponible sur le lien : <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/13596/1/ABPR10F03.pdf>

2.3. Les domaines d'utilisation des TIC en Algérie ¹

En Algérie, les différents indicateurs montrent des progrès importants dans le sens de l'économie de la connaissance. Toutefois, des retards existent aussi bien par rapport aux pays en développement a parcouru un certain chemin dans le sens de l'économie fondée sur la connaissance, mais que comparativement aux autres pays, il reste encore du retard à rattraper. Ainsi, la réforme des TIC en Algérie a bien démarré et peut constituer un exemple pour d'autres secteurs de l'économie. Elle a déjà un impact tangible et mesurable.

Toutefois, le retard par rapport à d'autres pays reste important. Ceci est le début d'un long processus, il s'agira de renforcer l'indépendance de l'ARPT, d'ouvrir Algérie Telecom à la participation privée, libéraliser le secteur postal, de développer d'une façon continu et autant entretenu des infrastructures des TIC et de diffuser les TIC dans les entreprises et les administrations.

Parmi les domaines d'utilisation des TIC en Algérie, on peut citer notamment, la création de « technopoles », la création et le développement de PME privées dans le domaine des TIC (les startups), le développement de l'utilisation des TIC par les entreprises traditionnelles (système d'information, e-commerce, organisation de la production). L'utilisation des TIC pour la santé et l'éducation, leur développement au service des administrations et des collectivités territoriales.

A ce titre, comme beaucoup d'autres pays en développement, l'Algérie a lancé le projet d'un Technoparc, celui de Sidi Abdellah prêt d'Alger, ouvert en juin 2002. Comme présenté au cours de SITIC02, le premier objectif est de fournir les facilités et infrastructures pour attirer les entreprises du domaine des TIC et leurs permettre de développer des synergies. En outre, ces facilités provisoires incluent aussi l'accueil des firmes étrangères qui veulent avoir une infrastructure en Algérie.

¹ Ibid. P45.

3.3. L'appropriation des TIC par les entreprises algérienne¹

Les entreprises actives dans le secteur des TIC représenteraient en Algérie moins de 5 % du marché. En effet, le marché algérien accuse un retard de cinq à dix ans sur le plan de la structuration par rapport au marché des pays industrialisés.

Depuis 2000, le pays a pris conscience du fossé numérique qui le sépare des standards internationaux. En effet, de nombreuses entreprises privées se sont lancées dans le montage, l'assemblage et la vente de matériel informatique, ainsi que dans le développement de logiciels et la formation des utilisateurs. Toutefois, l'informatique reste toujours une activité commerciale et non industrielle en Algérie. Plusieurs études et enquêtes ont été menées sur la situation des entreprises algériennes par rapport aux TIC, afin d'identifier les lacunes des entreprises dans le domaine des TIC.

Le constat qui en ressort est celui d'un niveau assez faible d'appropriation des TIC par les entreprises algériennes, tous secteurs confondus. Plus précisément, ces études indiquent que 20 % seulement des entreprises disposent d'un outil informatique efficient¹⁰, 15 % possèdent un site Internet propre à elles et 50 % sont dépourvues d'un système comptable adéquat. Dans ce cadre, le Centre de recherche en économie appliquée pour le développement (CREAD) indique dans une étude que l'usage des TIC dans les PME est restreint en Algérie et se limite à l'acquisition de l'outil informatique.

Pour Aziz Nafa, chercheur au CREAD, « en tout, 81,6 % de ces entreprises, relevant du dispositif de l'Ansej, ont recours à l'utilisation des TIC dans la gestion (acquisition des PC) sans pour autant disposer d'un site web pour l'échange instantané d'informations et l'archivage ». Par ailleurs, une étude empirique a été réalisée dans le but d'analyser la perception et l'attitude des managers de PME à l'égard des TIC dans la région de Ghardaïa dans le sud algérien.

4. TIC comme un élément de développement pour l'entreprise²:

Les entreprises petites, moyennes et grandes sont reconnues comme un élément incontournable de développement. Dans les pays riches ou en développement, elles sont un argument de poids en faveur des politiques de promotion et d'encouragement destinées à maximiser leur contribution à la création d'emplois, à la croissance économique et, par conséquent à la lutte contre la pauvreté et aux inégalités sociales.

¹ Ibid.p38.

² Fidèle Nwamen, *Impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance commerciale des entreprises*, La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion n° 218, Stratégie, P113/114.

Les Technologies de l'information et de communication ont marqué ces dernières années par l'accélération de leur rythme et l'ampleur de leur généralisation. Cette situation à laquelle s'ajoutent la globalisation et la mondialisation des économies, créent autour des entreprises, un environnement économique turbulent.

L'intégration des Technologies de l'Information et de la Communication dans les entreprises, s'apprécie à travers leur système d'information et l'utilisation des outils technologiques. Armand définit le système d'information comme étant un processus qui consiste à la création, à la collecte, traitement, stockage et à la communication de l'information. Nous entendons par outil informatique, non seulement les ordinateurs qui servent à traiter les informations, mais aussi les réseaux qui les relient et permettent aux différents acteurs de coordonner leurs activités au sein de l'entreprise.

L'Internet, l'Intranet et les réseaux téléphoniques (mobile et fixe) sont utilisés comme sources d'informations et pour le courrier. **J. von Burg** démontre qu'aux États-Unis, 28 % des dirigeants utilisent l'Internet pour effectuer des recherches alors qu'en Allemagne et en France, les entreprises utilisent le Web pour la recherche d'informations nécessaires à la gestion. Ces instruments élargissent le marché. L'élargissement des marchés, la diminution des cycles de vie des produits, des technologies et des avantages concurrentiels rendent les conditions d'exercices du métier d'entrepreneur chaque jour plus complexe. Mais, les TIC renforcent la pertinence du mode de management entrepreneurial qui retient les représentations du dirigeant comme l'élément moteur de la stratégie de l'entreprise.

5. TIC et les relations sociales 2.0 :

« Les TIC évoluent, via les usages, les outils et les technologies, le milieu des années 2000 a vu émerger le phénomène du web2.0, un web où l'utilisateur crée et partage du contenu avec d'autres internautes, notamment dans des communautés ou sur des réseaux sociaux. Mais les outils collaboratifs et les usages de ce web 2.0 peuvent s'appliquer en entreprise »¹.

¹ Jérémie ROSANVALLON, *l'impact des TIC sur les conditions de travail*, Rapport de centre d'analyse stratégique, France, Février, 2012, P130.

« Une entreprise tournée vers la collaboration, l'innovation et ouverte sur l'extérieur, il est important aujourd'hui de comprendre que les technologies et l'usage du web 2.0 sont entrés dans l'entreprise par les utilisateurs. Dans le web 2.0 toutes les données sont sur des serveurs basés on ne sait pas où.

Il est donc difficile de contrôler ces données, par ailleurs, le web 2.0 pousse à rendre le maximum de données publiques car l'ensemble de ces données créent une valeur pour celui qui arrive à l'exploiter.

Selon DELOITTE, l'impact de web 2.0 exemple des réseaux sociaux, « (facebook, LinkedIn, vidéo, twitter) sont un outil de web 2.0 les plus populaires. Ils viennent appuyés un long mouvement de recul de l'anonymat sur le web. L'utilisation de ces réseaux dans le cadre professionnel apparait pour certain indispensable, notamment pour 30% des employés et managers interrogés par le cabinet Deloitte »¹

¹ BOUZIDI Mebarka, *L'usage des TIC dans l'entreprise*, mémoire pour l'obtention de master, en Sociologie du Travail et des Ressources Humaines, Faculté des sciences humaines et sociales, Département des sciences sociales, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, promotion 2012/2013.P39.

Conclusion du chapitre :

On conclut ce chapitre, en disant que les technologies de l'information et de communication se présentent comme un outil de promotion et de la bonne transparence au sein des entreprises, les TIC ont apporté d'énormes changements à l'univers des institutions et organismes grâce à leurs impacts et leurs apports.

L'introduction de ces technologies soulève cependant certaines difficultés : clarifier les relations hiérarchiques, émergence de conflits, nouvelle manière de gérer les conflits (usage de l'e-mail pour éviter un face à face, par exemple). Les technologies de l'information et de la communication ont transformé la vie des organisations et institutions.

Préambule:

Les relations publiques sont des démarches de communication personnalisées auprès des différents publics, visant à promouvoir durablement une réputation pour une institution afin d'établir ou d'améliorer son image auprès de ses différents publics à l'intérieur ainsi qu'à l'extérieur de l'institution d'une part, d'autre part les relations publiques aident une organisation et ses publics à s'adapter mutuellement l'un à l'autre et à interagir et à communiquer.

Dans le présent chapitre qui porte sur le développement et l'évolution des relations publiques, nous allons traiter deux sections, la première section est un aperçu général sur les relations publiques qui contient les différentes pratiques des relations publiques, ses rôles, objectifs, et fonctions.

Dans la deuxième section nous abordons l'usage des TIC dans les relations publiques plus précisément comment les relations publiques utilisent les TIC pour atteindre ses objectifs, dans cette partie nous allons présenter l'évolution des TIC dans les relations publiques, puis le rôle de la communication digitales dans les relations publiques, L'impact du web 2.0 sur les relations publiques et au dernier lieu l'apport des TIC pour le changement des domaines des relations publiques.

Section 1 : aperçu général sur les relations publiques :

1. Historique et évolution des relations publiques:

Les relations publiques comme ARTE et science de l'influence de l'opinion et de la gestion des relations ont eu un rôle important dans l'évolution des sociétés, surtout depuis la seconde guerre mondiale, mais leur histoire est aussi mondiale.

« L'expression « relations publiques » a grandement évolué depuis le début du XIXe siècle, époque où le terme aurait été prononcé pour la première fois par le troisième président des États-Unis, Thomas Jefferson au cours d'une déclaration au congrès de 1802. L'origine des relations publiques ne fait toutefois pas l'unanimité. L'usage de terme « public relation » ne se serait toutefois généralisé que vers les années 1920 dans la grande industrie du XXe siècle. John Rockefeller sollicita les services d'un ancien journaliste, ainsi que Ivy Lee cité comme le père des relations publiques qui s'était établi à New York et avait ouvert en 1906 le premier cabinet conseil des relations publiques. Puis **Edward Bernay** est connu pour être le père de la propagande, en 1919 il a ouvert un bureau des relations publiques à New York et s'est donné le titre de conseiller en relations publiques, pour Bernay la manipulation était indissociable de la démocratie et de l'organisation, il était convaincu que le citoyen « ordinaire » ne pouvait se faire une idée et une opinion par lui-même il devait donc se référer à un leader d'opinion qui jugerait pour lui ce qui était bon et ce qui ne l'était pas, les relations avaient alors pour premier objectif de convaincre, la préoccupation majeure était de persuader les parties prenantes de la justesse des décisions gouvernementales ou institutionnelles »¹.

« Histoire des relations publiques aussi caractérisé par une série de tensions non résolues. Nous ne pensons que les relations publiques comme fonction technique (production de supports, organisations d'événements, etc.) et relations publiques comme management. Une autre tension et celle entre relations publiques comme réelle profession, aspiration de toutes les entreprises nées au XXe siècle, d'un côté, et la réalité d'un ensemble de métiers où seulement une partie des acteurs est inscrite à une association et où chacun statut particulier ni examen d'entrée sont requises de l'autre »².

¹Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, Paris, 2015p19.

² Ibid. P38.

« Au cours des années d'après la guerre mondiale des centaines de personnes ont été embauchées aux états unis pour assurer les services de communication au sein des gouvernements et de leurs agences, au sein des grandes industries et au sein des associations professionnelles et de bienfaisance, l'essor des communications organisationnelles est autant des facteurs ayant permis aux relations publiques de prendre véritablement leurs essor .c 'est d'ailleurs pendant la période d'après guerre qu'on pris forme les premiers modèles de la communication dite« commercial », et notamment les dirigeants des entreprises commençant a prendre conscience les avantages qu'il y aurait a gérer les besoins des consommateurs .

A cet effet l'essor des communications de masse durant cette période a donné aux entreprises et aux gouvernements un nouveau pouvoir celui de s'adresser à large auditoire, puis les relations publiques leur prolongement dans une communication institutionnelle. Les professionnelles des relations publiques sont alors définis eux-mêmes comme des professionnels de la communication gérant toute a la fois: l'information interne de l'entreprise, la communication au sein de la structure et l'image extérieur de celle-ci .de plus en plus les relations publiques sont devenus un pivot de la stratégie de l'entreprise, leur but étant alors de modifier un comportement une attitude ou a faire adhérer à une idée plutôt que de faire vendre un produit »¹.

« Plusieurs tendances dans le domaine des relations publiques peuvent être observées, notamment une professionnalisation accrue et une internalisation de la profession., une approche poste moderne des relations publiques qui dénonce la supposée rationalité de humain,, cette approche suggère que les relations publiques ne devraient plus reposer sur la seule gestion de la communication organisationnelles autrement dit, l'approche postmoderne remet en question l'idée seront laquelle le relations publiques devraient partir du seul point de vue de l'organisation comme assise de leur pratique .cette approche est plus particulièrement des relations publiques offre des alternatives et une perspective critique quant à la nature et au rôle de la profession de relationniste elle met au jour les paradoxes apparents de la pratiques des relations publiques.

Le concept symétrie et de bidirectionnalité, selon l'approche poste moderne ne fait plus de sens et il faudrait s'en affranchir. Le relationniste qui réfléchissait sur sa pratique devrait plutôt selon les tentes de du poste modernisme s'interroger sur les questions de déséquilibre du pouvoir et de jeux politique, le postulat postmoderne vient donc complètement modifier la nature des relations publiques et de leurs pratiques ainsi le relationniste « poste moderne » n'est plus a « la solde » il fait

¹ ANNE-MARIE GAGNÉ *La relation de confiance en relations publiques : vers un modèle d'adéquation contextuelle*, Université du Québec, Février, 2012, P35

partie des parties prenantes et sert intermédiaire plutôt que d'interface entre l'entreprise et ces parties prenantes.

Dans la majorité de la documentation scientifique et professionnelle en relations publiques, c'est l'approche fonctionnaliste qui domine. En relations publiques le paradigme fonctionnaliste apparaît donc actuellement comme dominant, dans cette perspective, les relations publiques sont considérées comme une fonction de gestion et leur finalité avouée est de contribuer aux intérêts de l'organisation. Le paradigme fonctionnaliste fait donc reposer les relations publiques sur la structure organisationnelle, la formalisation des opérations, voire sur une certaine recherche de contrôle »¹.

« Après la seconde guerre mondiale les services de relations publiques sont connus à une formidable expansion de leurs activités, les entreprises qui ne possédaient pas de département des relations publiques ont mis sur pied et ceux existant ont vu une expansion de leurs activités et de leurs ressources, c'est à cette période que les relations publiques ont réussi à s'ancrer au sein des organisations, et ce parce que les organisations ont alors compris l'importance de communication avec leurs publics »².

Aujourd'hui les fonctions des relations publiques sont largement présentées dans toutes les organisations publiques, privées et non marchandes. Agences et professionnels se spécialisent dans différents sous-domaines. L'image négative de la communication comme une source de coût pour l'entreprise tend à laisser la place à sa perception comme un investissement important, même si souvent les communicants tendent encore à être relégués dans des rôles d'exécution plutôt que de management.

2. Définition des relations publiques:

« La définition du concept des relations publiques a été évolué du début de XX siècle il s'agissait de créer l'attention sur un événement, une personne ou une organisation ou de gérer l'image du client au sein des différents publics et médias, aujourd'hui les relations publiques sont plus complexes »³.

les relations publiques se définissent ainsi comme « une fonction de gestion et de communication à caractère permanent, grâce à laquelle un organisme public ou privé vise à établir, à maintenir et promouvoir des relations de confiance fondées sur connaissance et la

¹ Ibid. 38.

² LOUIS Martel, les relations publiques et leur implication dans la formulation de la stratégie des organisations, sciences de la gestion, juin 2006, P5.

³ LOUIS Martel *Op.cit*, P5.

compréhension mutuelle entre cet organisme et ses publics, interne et externe, en tenant compte de leurs droits, besoins et attitudes, le tout conformément à l'intérêt du publique.

Pour **Jean-Pierre Beaudouin** « comme l'établissement et l'entretien de relations efficaces avec des publics utiles, les relations publiques se distinguant de la communication institutionnelle par l'interaction recherchée avec le public ciblé. D'avantage perçu comme une volonté d'échange et de dialogue, elles se conçoivent fréquemment sur le modèle d'une communication de proximité »¹.

« Les relations publiques sont aussi l'effort planifié et constant pour établir et garder une bonne volonté, attitude positive et la compréhension mutuelle entre une organisation et ses publics , Selon **Lee Edwards** définit les relations publiques comme « flux de communication délibérée, produite pour le compte d'individus et de groupes formelles ou informellement constitués, à travers leurs transactions continues avec d'autres entités .ainsi les relations publiques sont la discipline qui s'occupe de la réputation, avec l'objectifs de gagner la compréhension et le support et d'influencer l'opinion et le comportement »².

les relations publiques sont une fonction de directions, de gestion et de communication à caractère personnel , grâce à laquelle un organisme public ou privé vise à établir, à maintenir et à promouvoir des relations d confiance fondées sur la connaissances et la compréhension mutuelle entre cet organisme et ses publics interne et externe, en tenant compte de leurs droits, besoins et attitudes, le tout conformément à l'intérêt du public.

3. Le rôle de pratique des relations publiques :

« En 1978 et 1979 deux chercheurs s'intéressants a la question des rôles dans la pratique des relations publiques, Glen M. Broom et G.D.Smith, ont identifié quatre grands rôles exercés par les praticiens qui se présente comme suit:

- ✓ Le premier rôle est celui de l'expert qui conseille le management d'une organisation, de manière unidirectionnelle à la manière d'un consultant, un peu comme le médecin qui diagnostique un patient. ils associent ce rôle particulièrement aux conseillers en relations publiques.
- ✓ Dans le second rôle de facilitateur, le praticien sert d'interprète entre l'organisation et ces publics.

¹ A.ELMZAM, P.LEROUX et G.LITALIEN, *vocabulaire des relations publiques*, 2ème édition Montréal, Septembre 2014, P111.

² Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, paris, 2015p17.

- ✓ Un troisième rôle pour le professionnel consiste, de concert avec l'organisation, à résoudre les problèmes.
- ✓ En fin le quatrième rôle, le technicien de communication joue son rôle en assurant les services techniques nécessaires à la réalisation des projets de communication.

Quelques années plus tard, Broon reconnaît que trois quatre rôles, en excluant celui de technicien, d'ailleurs, en 1984, Dozier va simplifier le modèle en le ramenant essentiellement a deux rôles, celui de gestionnaire impliquer dans la prise de décision et celui de technicien qui crée des produits de communication qui viennent concrétiser les politiques mises de l'avant par le gestionnaire de relations publiques »¹.

On ne pas citer les rôles des relations publiques et se faire passer d'un rôle très important qui est celui de la stratégie, d'ailleurs, « Les chercheurs de l'approche systémique ont étudié aussi les métiers et les rôles des praticiens des relations publiques, en distinguant en particulier les rôles plus techniques, telle que: (organisation d'événements, la production de supports) des rôles de management et stratégie. Si l'organisation est plus exposée à un environnement changeant et plus ouverte vers l'extérieur, la dimension stratégique et managériale des relations publiques émergera plus facilement »².

A cet égard, on constate que chacun de ces rôles correspondent à des tâches spécifiques, devenant de plus en plus stratégiques.

4. Les finalités des relations publiques :

« La question de la finalité des relations publiques n'est pas anodine, puisqu'elle pose, de facto, celle de leur rôle social. Il existe une multitude de points de vue sur le sujet, susceptibles de dépendre de la conception qu'ont les organisations des relations publiques et, à un autre niveau, de considérations d'ordre axiologique qui concernent les praticiens. Selon la conception que les praticiens ont de leur rôle, les relations publiques peuvent avoir un rôle social pragmatique, conservateur, radical, idéaliste, neutre ou critique. Il est d'ailleurs intéressant de nous attarder,

À cet égard, Une démarche de relations publiques vise essentiellement à influencer les opinions, les attitudes et les comportements d'un public dans un cadre de gestion des relations entre une organisation et son environnement »³.

¹ Michel Dumas, **les relations publiques, une profession en devenir**, Université du Québec, 2010, P76.

² Andrea CATELLANI, Op.cit, P61.

³ MATTHIEU SAUVÉ, *Du rôle des relations publiques dans la relation entre les organisations et leurs parties prenantes, dans un contexte nord-américain*, Université du Québec, Février 2010, P26.

Les relations publiques permettent donc, de créer et de maintenir un lien de confiance avec les publics internes et externes, et d'aider ainsi l'organisation à réaliser sa mission et ses objectifs. Installer un dialogue dans la durée un dialogue autant sincère que constructif entre l'entreprise et ses parties prenantes, la réputation et la confiance sont des actifs essentielles pour l'organisation, marchande ou non marchande.

5. Les différentes activités des relations publiques¹ :

5.1. Planification stratégique : définition de plans de communication au service de la stratégie de l'organisation exemple : recherche, planification des actions et évaluations des résultats des campagnes

5.2. Communication interne : communication avec les employés et membres exemple journal interne

5.3. Communication institutionnelle : communication sur l'organisation en soi, pas sur ses produits et services.

5.4. Relation presse : communication avec les journalistes exemple : communiqués et dossiers de presse, conférence de presse.

5.5. Communication B to B : communication avec d'autres organisations avec les fournisseurs et distributeurs exemple : foires, congrès.

5.6. Communication d'influence : communication avec les décideurs politiques exemples présentations, discours, événement.

5.7. Communication sur la responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) et relations avec les communautés : communication avec les communautés locales, les spécialistes de RSE les associations et ONG exemple : expositions, présentations

5.8. Communication financière et investors relations : communication avec les organisations et influencer du monde financier.

5.9. Issu management: pour identifier des sujets sensibles et problématiques exemple : évaluer les effets des peurs alimentaires sur l'opinion publique.

5.10. Communication de crise : préparer et gérer la communication en situation de crise exemple gérer la communication avec les medias lors d'un accident.

5.11. Production des supports et gestion des publications: préparation des textes vidéos.

¹ Ibid. P19.

5.12. Communication événementielle: planification et gestion d'événements et stands
exemple : conférences de presse, congrès, foires.

6. Outils et moyens des relations publiques¹ :

6.1. Les relations presses:

Les relations médias sont le métier fondateur des relations publiques. Les premiers professionnels des relations publiques étaient d'anciens journalistes, les relations presses constituent la seule technique de communication dans laquelle le message est confié par l'annonceur à un intermédiaire indépendant, le journaliste, qui est entièrement libre de le transmettre ou non, sous la forme et à la date qu'il aura choisie avec ou sans commentaires.

Plusieurs outils sont disponibles dans le cadre des relations presses en fonction de l'efficacité relative des moyens et des approches.

a) Le dossier de presse : remis lors d'une occasion particulière ou à vocation institutionnelle, met à la disposition des médias un ensemble complet de documents

b) La conférence presse : réunit plusieurs journalistes, dans un lieu et à une heure donnée, afin de leur transmettre un ensemble d'informations, les occasions sont multiples : lancement de produit, présentation des comptes ou d'un plan stratégique, bilan d'une opération, riposte à une rumeur.

c) L'interview : apporte à un seul journaliste l'opportunité d'être en présence du porte-parole de l'organisation. Ce type de rencontre est efficace lorsqu'une « annonce doit être faite au sujet d'investissements majeurs, de changements à la direction, d'ouvertures sur de nouveaux marchés internationaux, etc. »

6.2. La relation publique institutionnelle ou corporate² :

La relation publique institutionnelle recouvre la communication de l'entreprise en tant que personne morale. Ce champ de communication, vaste et protéiforme, regroupe l'ensemble des efforts déployés par l'entreprise pour communiquer ce qu'elle est, qu'il s'agisse de relations publiques ou de publicité.

Les relations institutionnelles regroupent notamment :

¹ Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, Op.cit, P 83/93.

² Ibid. p 87.

-les relations avec la communauté financière et les investisseurs comme les actionnaires, analystes, investisseurs privés et institutionnelles et presse financière.

- les relations avec des publics spécialisés : relais d opinion plus ou moins influents.

- les relations avec les communautés : il s'agit là pour l'entreprise d'établir et de maintenir des relations de confiance avec des publics non pas considérés comme des consommateurs mais comme des citoyens directement concernés par ses activités.

- les relations avec les collaborateurs, les premiers relais d opinion de l entreprise vers le monde extérieur.

Il existe plusieurs outils des relations publiques institutionnelles:

- **les outils d'édition** : regroupent les plaquettes et les brochures (à l'image du livret d'accueil pour les nouveaux salariés), le livre d'entreprise (à l'occasion d'un anniversaire important par exemple)

- **Les outils audiovisuels**: se composent notamment du film institutionnel. Il s'agit désormais aussi des sujets tournés en vidéo présentés sur les sites internet, à l'occasion de conventions, de salons ou de manifestations diverses.

- **Les outils créateurs d'image** : sont choisis et utilisés en fonction de leur capacité à développer ou entretenir l'image de l'entreprise, ainsi le cas particulier du mécénat, mais aussi de l'événement institutionnel.

6.3. La communication de crise¹:

La communication de crise consiste à anticiper et à se préparer à tous les risques que l'organisation peut avoir connaître. Et lorsque la crise survient, il s'agit alors de la gérer sur le plan de la communication vis-à-vis des différents publics concernés: pouvoir publics, média, interne et plus largement, l'opinion publique.

Plusieurs moyens permettent de se préparer et de gérer une crise :

- **La cellule de crise** : est une solution utilisée pendant la crise et comprend une partie fixe, c'est-à-dire des responsables qui, quel que soit le type de crise, seront présents en salle de crise,

¹Le guide pratique des relations publiques, Fédération SYNTEC, 2015, P23.consulter le 25/04/2018 à 23h30, disponible sur le lien :

www.syntec-rp.com/wp-content/themes/syntec-rp/old/.../Guide-Pratique-Web.pdf

comme le juriste ou le responsable de la communication est une partie variable « communication posée de membres réquisitionnés en fonction de leur spécialité et du type de crise : directeur de l'environnement, directeur commercial »

- **La formation** ou media training : consiste à entraîner le ou les portes paroles aux techniques de prise de paroles pour que ceux-ci formés et entraînés, soient capables de répondre rapidement et de façon adaptée aux questions d'une crise suscite.
- **Gestion de crise par internet** : aussi très utile en temps de crise pour diffuser des informations sans filtres médiatiques. Si certaines organisations utilisent uniquement leur rubrique dédiée aux communiqués de presse pour diffuser l'information, d'autre décident de remplacer temporairement leur site web par une simple page de contenus.

6.4. Les relations publiques « produits » :

« On parle des relations publiques marketing constituent un champ de pratique des relations publiques qui a pour but de soutenir la fonction marketing de l'entreprise. En d'autres mots, il s'agit ici d'utiliser les stratégies et les moyens spécifiques aux relations publiques (relations avec les médias, événements, etc.) pour appuyer les objectifs commerciaux d'une entreprise. Ainsi, les relations publiques marketing ont spécifiquement pour cibles les consommateurs ou les clients d'une entreprise plutôt que l'ensemble de ses parties prenantes

Et elles visent des objectifs à court terme, souvent en complément à une campagne de publicité ou de promotion. Elles diffèrent en ce sens des relations publiques traditionnelles, qu'elles visent à bâtir et à préserver des relations de confiance durables entre l'organisation et ses publics »¹.

« Le marketing relation publique pour tout ce qui concerne les relations publiques orientées « produits » c'est-à-dire affichant un objectif de vente d'un produit. Bien que le marketing public relations soit au service des marques, produits ou services de l'organisation.

Les relations publique « produit » disposent de plusieurs moyens pour atteindre leurs objectifs:

- **Les lancements de produits:** comprennent notamment les conventions commerciales destinées à présenter le nouveau produit aux commerciaux et aux forces de vente et à leurs insuffler dynamisme et optimisme pour qu'ils le commercialisent rapidement et efficacement les présentations clients.

¹ Abdellah EL MZEM, Serge LECLERC, Patrice LEROUX, ARP, GUYLITALIEN, ARP, *vocabulaire des relations publiques*, université de Montréal, 2eme édition, Septembre 2014, P112.

- **La relation publique « classique »** : incluent traditionnellement les relations presse la présence dans les salons professionnels ou grand public et aussi les tournées »¹

6.5 . les relations publiques internes²:

englobent l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une entreprise, la communication interne remplit de multiples fonctions : exposer (des résultats , un bilan) , transmettre des informations , a savoir , un métier) expliquer (une nouvelle orientation , le projet d'entreprise) , impliquer , motiver , préparer et accompagner le changement. Les moyens mit à la disposition des relations publiques internes sont nombreux :

- l'information écrite : beaucoup de messages internes de l'entreprise passent encore par des supports de communication écrits, bien qu'ils soient désormais transmis sous forme électronique. les supports sont divers : la note de service, la fiche signalétique, etc.
- flash d'information : est une formule complémentaire ou alternative du journal d'entreprise. C'est un support remarquable par sa souplesse, par sa facilité de réalisation, par la rapidité de sa diffusion et son prix peu élevé.

6.6. Le parrainage : mécénat et sponsoring³ :

Parrainage(ou sponsoring) : la mise a disposition d'une entreprise de moyens financiers ou autres pour des personnes, des organisations, des manifestations avec des contre-prestations directe en terme d'image d'abord et des retombées financières à terme. Le sponsoring peut être un événement (sportif, culturel, scientifique) ou d'une équipe de sport, d'un artiste ou groupe, le sponsoring est pour objectif de développer la notoriété, construire une image de marque.

Le mécénat: la mise a disposition de moyens financiers sans contre-prestations directes en terme d'image apporté par une entreprise à une manifestation, une association, une fondation ayant pour objet la mise en valeur d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère humanitaire ou culturelle, l'objectif est de contribuer à améliorer l'image de l'entreprise celle de ces marques ou de ces produits, et d'attirer la sympathie.

¹ Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, Op.cit, P90.

² Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, paris 91.

³ Zineb El Hammoumi, *communication hors médias : relations publiques*, consulter le 25/05/2018 a 22h32, disponible sur le lien : piimt.us/piimt/module/demande/fichier/attachement_645.pdf

7. Partie prenante des relations publiques¹ :

Les parties prenantes sont toutes personnes qui ont une influence plus ou moins grande sur l'entreprise et toutes celles qui sont touchées de près ou de loin par ses activités c'est englober : les employés, les gestionnaires, les retraités, les fournisseurs, les concurrents, les clients, les actionnaires, les membres des medias et les membres de groupes d'intérêt ou de pression et tout autre membre de la société civile touché par les activités de l'entreprise.

Pour **Freeman** les parties prenantes sont « tout groupe ou tout individu pouvant affecter ou être affecté par les réalisations des objectifs d'une organisation »

Ainsi **Grundig et Hunt** identifient quand à eux les parties prenantes selon le contexte, les catégories proposées sont les publics qui reconnaissent l'existence d'un problème, ceux qui éprouvent des contraintes face au problème et ceux ont un degré d'engagement ou d'implication à l'égard de problème. Dans ce cadre Mitchell, Agle et Wood identifient trois critères permettent d'identifier les parties prenantes pertinentes et de les prioriser : le pouvoir, la légitimité et l'urgence.

Le pouvoir repose sur la capacité de contrôler des ressources qui sont convoitées et le degré d'interdépendance entre les parties, vient ensuite la légitimité qui consiste en une perception que les activités d'une entité sont désirables ou appropriées à un certain système de normes socialement construites à des valeurs, des croyances puis l'urgence, quand à elle est fondée sur la sensibilité au temps le délai perçue comme acceptable par les parties prenantes pour que l'entreprise réponde à leur demande.

A partir de ces trois critères, les auteurs ont identifié sept types de parties prenantes et les ont répartie en trois catégories soit les parties prenantes latentes, les parties prenantes en attentes et les parties prenantes qui font autorité. A chacune de ces catégories de parties prenantes correspondant de ces catégories qui se présente comme suite :

1. les parties prenantes latentes :

- les parties prenantes dormantes (pouvoir)
- les parties prenantes discrétionnaires (légitimité)

¹ ANNE-MARIE GAGNÉ *La relation de confiance en relations publiques : vers un modèle d'adéquation contextuelle*, Université du Québec, Février, 2012, P25/27.

-les parties prenantes urgentes (urgence)

2. les parties prenantes en attentes :

-les parties prenantes dominantes (pouvoir légitimité)

- les parties prenantes dangereuses (pouvoir et urgence)

-les parties prenantes dépendantes (légitimité et urgence)

3. les parties prenantes qui font autorité (possèdent les trois critères)

-les partenaires qui possèdent les trois critères

Dans ce contexte, ce que stipule la théorie des parties prenantes, c'est que l'entreprise n'est pas le simple produit d'un pacte d'actionnaire, mais implique toute une série d'acteurs (employés, clients, fournisseurs, partenaires, groupes d'intérêt, etc.). Qu'elle doit prendre en considération dans ces décisions.

Section 2 : l'usage des TIC dans les relations publiques.

1. L'évolution des TIC dans les relations publiques ¹ :

Les TIC ont été un vecteur déterminant du changement dans les entreprises car les nombreuses possibilités qu'elles ont proposées au rythme des innovations ont répondu aux besoins de différents publics de l'entreprise. L'évolution du système d'information a été marquée par des vagues successives de centralisation, comme l'automatisation dans les années 1950 ou la mise en service des progiciels de gestion intégrés, et de décentralisation comme l'arrivée de l'informatique individuelle ou plus récemment des technologies Internet. Elles ont abouti à une diffusion massive des TIC dans les entreprises: 94 % sont aujourd'hui connectées à Internet. Les taux d'équipement révèlent cependant des variations importantes en fonction de la taille de l'entreprise et du secteur d'activité.

Les systèmes d'information n'ont toutefois pas connu de cycle de renouvellement systématique et le parc des matériels et logiciels a généralement grossi sans que ses nouveaux composants soient systématiquement intégrés à l'existant. Trois niveaux d'équipements sont constatés. Le premier regroupe les outils les plus courants : réseau local (LAN), messagerie

¹ Tristan Klein et Daniel Ratier, *l'impact des TIC sur les conditions de travail*, Rapports et Document N°49, 2012, Paris, P19.

électronique, Intranet/Extranet, sites web et échanges de données informatisés (EDI). Le deuxième concerne les bases de données. Celles-ci peuvent être intégrées par un progiciel de gestion (PGI ou ERP), ce qui constitue le troisième niveau d'équipement, avec un système d'information étroitement associé à l'organisation et au pilotage de l'entreprise. Bien qu'assez sophistiqués, les systèmes de gestion de la relation client et d'informatique décisionnelle qui ont connu une large diffusion qui reflète la priorité accordée à « l'orientation client » et au soutien à la stratégie décisionnelle, y compris dans les PME.

La dernière décennie a été marquée par le fort développement de la mobilité des TIC (ordinateurs portables, téléphones mobiles, Smartphones, tablettes), qui devrait se poursuivre, tout comme l'essor des systèmes embarqués. La vitalisation du système d'information grâce au « cloud computing » est annoncée par les professionnels de l'informatique. L'observation du paysage évolutif issu de l'informatisation des entreprises apporte des indications précieuses sur le cadre dynamique des liens entre les conditions de travail et les TIC.

A cet effet on distingue que les TIC ont investi le monde du travail depuis plusieurs décennies et l'ont transformé, la plupart des domaines d'activité les ont adoptés, en majorité les salariées sont aujourd'hui des utilisateurs cette dernière aussi ils permettent l'évolution rapide des besoins des entreprises, la rapidité de la circulation de l'information en externe et la facilité des différentes tâches des relations publiques.

2. L'impact du web 2.0 sur les relations publiques¹:

De fait, la communication de tradition verticale (top-down) pratiquée par les organisations au sens large (entreprise, organisations publiques, associations) est aussi devenue horizontale ou latérale et donc le plus difficile à maîtriser. Les organisations hier adressaient un message et le public visé, les consommateurs, les prescripteurs..., se contentaient de le réceptionner et de le consommer ou non. Il le commente maintenant, imagine d'autres contenus, puis échange et communique à son tour en utilisant parfois sans prudence, les multiples canaux qui sont à sa disposition.

Le web social ou participatif a tout changé, les organisations n'ont plus à se demander si leurs stratégies de communication doivent tenir compte des nouveaux médias mais plutôt à apprendre à s'en servir.

¹Ibid. P114

Les professionnels des relations publiques doivent maîtriser les médias numériques pour ne pas les subir et également afficher des valeurs solides pour répondre à l'exigence constante du consommateur 2.0 qui sait recevoir une information émise et profiter de la nouvelle liberté d'expression dont il dispose.

a. la fiabilité : c'est d'apporter une attention particulière aux contenus que vous voulez diffuser, la pertinence et la qualité de vos contenus constitueront la pierre angulaire de votre image de la marque dans le réseau. Une entreprise au début du XXIe siècle n'appartient plus seulement à ses actionnaires mais sans doute aussi à son public. Et ce public attend une communication fiable, une communication qu'impose quoi qu'il en soit l'univers des médias sociaux. Il réclame de la confiance. Il n'accepte ni le mensonge ni la discrimination et attend de l'entreprise qu'elle dise la vérité, qu'elle annonce ce qu'elle a l'intention de faire et qu'elle fasse effectivement ce qu'elle a au préalable annoncé.

Ce souci de la vérité, cette volonté obligée de délivrer des informations fiables sur un produit ou une marque s'inscrit dans la logique des médias sociaux numériques « faites des interactions, de relations et de conversations » ou l'entreprise ne doit plus uniquement communiquer en direction des publics mais les faire participer.

b. la transparence : au sens d'information correcte sur l'identité et les motivations, est une autre valeur forte liée aux nouveaux médias une autre bonne pratique de communication en ligne. Elle est nécessaire à la crédibilité de l'organisation, au partage et l'échange, à une collaboration constructive avec une communauté.

c. l'implication et l'engagement a long terme: être officiellement présent sur les médias 2.0- toute entreprise de fait officieusement dès lors que son nom circule sur le web social- n'offre une vraie plus value aux organisations que dans le cadre d'une implication et d'un engagement à long terme. Il est vital pour les organisations de connaître les zones d'influence qui les concernent, leur audience digitale, leur univers concurrentiel.

d. l'investissement: le recours aux nouveaux médias entraîne une réduction des coûts de production et de diffusion et offre des nouvelles avenues de création, le prix d'une campagne de RP 2.0 est beaucoup moins important que si celle-ci était orchestrée de manière classique. Une stratégie des RP 2.0 et sa réussite estimables par rapport à des objectifs clairement définis en amont toute en observant à moyen et a long terme la visibilité et la marque, la notoriété l'image ou la réputation.

3. Le rôle de la communication digitale pour relations publiques¹ :

Le développement du web social fait considérablement évoluer les stratégies et les outils des relations publiques. Plus encore le social média à renforcer le dialogue entre la publique et rendu les relations publiques indispensables dans la construction d'une relation de confiance .la communication digitale doit intégrer les nouveaux usages du web dans la stratégie d'une entreprise.

Cela consiste à mettre en place des actions de community management (relations, consommateurs et dialogues publics /entreprises, création de buzz, animation de communautés etc., par ailleurs les crises auxquelles les entreprises peuvent être exposées sont aujourd'hui fortement amplifiées par le web, et notamment via les médias sociaux qui permettent une circulation des informations en temps réel.

Il est donc incontournable pour une entreprise d'être présentées sur les médias sociaux tout en proposant des contenus pertinents et en respectant un véritable engagement dans la conversation avec ces différents publics. Toutefois avec le développement des technologies de l'information (site, blog, médias sociaux), la stratégie « online »prennent une part une croissante dans les dispositifs de relations publiques et permettent de rayonner auprès de publics toujours plus diversifiés.

4. L'impact des réseaux sociaux sur les relations publiques² :

Les entreprises peuvent désormais interagir directement avec le public et ne plus se reposer exclusivement sur les relais d'informations traditionnels, du point de vue de l'évaluation, des nombreux et nouveaux indicateurs d'interaction ont fait leur apparition. Le nombre de « fans » sur face book lieu de rencontre de millions de consommateurs est devenu stratégique pour les relations publiques à vocation commerciale quand le nombre de followers sur twitter peut conditionner une image institutionnelles .mais ces métriques ne favorisent par la mesure de l'engagement du publics vis-à-vis des entreprises.il est souvent préférable de s'appuyer sur une communauté restreinte et active plutôt que sur une large communauté inactive, le décompte des clics « validant » une mise à jour apporte une information utile sur l'intérêt que recueille une marque. Surveiller le volume total des discussions et le ton employé sur une page accorde aussi des données précieuses sur le soutien dont elle bénéficie et sur sa réputation.

¹ Le guide pratique des relations publiques, Fédération SYNTEC, 2015, P26.consulter le 15/03/2018 à 15h30, disponible sur le lien :

www.syntec-rp.com/wp-content/themes/syntec-rp/old/.../Guide-Pratique-Web.pdf

²Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, paris, 2015p106/107.

La veille sur internet est devenue capitale car elle permet d'évaluer en temps réel la perception des parties prenantes et de les segmenter de façon plus précise que ne peuvent le faire les sondages, twitter permet ainsi de détecter les influencées et d'identifier les tendances fortes sur les sujets qui vous intéressent, d'autres outils spécifiquement dédiés à la curation de contenus, permettent l'agrégation de pages web relatives à un sujet sur la même interface.

5. L'apport des TIC pour les relations publiques¹ :

Les technologies de l'information et de la communication ont modifié drastiquement les modalités de création, de transfert, de diffusion et de consommation de l'information par-dessus tout, elles font tomber les barrières de la distance et du temps. Les TIC modifient considérablement les pratiques des relations publiques, la vague « 1.0 » a accéléré le rythme de travail grâce entre autres à la numérisation et a offert de nouveaux outils de communication (interfaces web, courriels, etc.), menant ainsi à des contacts plus fluides et plus fréquents avec l'ensemble des publics.

La vague « 2.0 » induit des transformations plus significatives pour la pratique des relations publiques elle se caractérise par le partage instantané de données, la participation des individus et l'esprit collaboratif. Ainsi les médias sociaux constituent autant de nouveaux terrains de pratiques pour les relationnistes, ces plateformes qui ne dorment jamais, les organisations ne peuvent faire fi des mouvements, tendances et problématiques qui émergent des médias sociaux, les TIC provoquent non seulement une augmentation de la charge de travail et imposent leur rythme ininterrompu et effréné, elles redéfinissent les lieux de pratiques qui en plus de s'être étendus et globalisés en réaction à la mondialisation se décuplent aujourd'hui dans les mondes virtuels se questionnent d'ailleurs sur l'impact des TIC dans l'évolution des pratiques des relations publiques.

¹ Sophie Boulay, *Quelle(s) considération(s) pour l'éthique dans l'usage des technologies d'informations et de communication dans les relations publiques ?*, N°4 vol 2, 2012, P203.

Conclusion du chapitre:

On conclut ce chapitre nous disant que les relations publiques ont pris une place de plus en plus importantes au sein des institutions publiques, elles touchent désormais pratiquement toutes les sphères d'activités de l'institution, elles sont considérées comme un facteur clés de succès des organisations, car elles contribuent fortement à perfectionner les processus existant au sein des organisations en donnant des solutions beaucoup plus efficaces. ET cela grâce à l'usage des technologies de l'information et de la communication qui ont modifiés considérablement les pratiques des relations publiques.



**CADRE
PRATIQUE**

I. Présentation de l'organisme d'accueil :

Préambule :

La recherche de terrain est l'étape la plus importante, dans tous les projets de recherche, car elle constitue une rupture entre la validité et l'invalidité des hypothèses. Dans cette étape on va essayer de confirmer ce qu'on a proposé dans les hypothèses, et d'avoir des réponses sur la question de départ. Pour réaliser cet objectif, on a choisi « **le ministère des ressources en eau** » comme terrain pour effectuer notre recherche, le choix de cet organisme est justifié par, le fait que le ministère utilise autrement les technologies de l'information et de la communication, pour les cadres du ministère les TIC sont un moyen d'innovation qui contribue à maintenir et renforcer des liens avec les différents publics de l'institution ce qui nous a poussé à effectuer notre étude empirique au sein du ministère pour faire la liaison entre notre thème d'étude et la réalité du terrain et dans le but d'enrichir nos connaissances en ce qui concerne notre sujet.

Ministère des ressources en eau, est le ministère algérien chargé des questions relatives à l'eau au sein du gouvernement algérien.

1. Historique et évolution du ministère des ressources en eau¹ :

A partir d'octobre 1963 les premiers ingénieurs et spécialistes algériens ont commencé à arriver et rejoindre les structures de l'administration de l'hydraulique dont une partie relevait du Ministère de la Reconstruction, des Travaux Publics, et des Transports. Les grandes étapes qui ont marqué l'évolution du secteur de l'eau depuis cinquante ans. La responsabilité en était confiée à une Direction Générale de l'Hydraulique, des Travaux Publics et de la Construction précédemment nommée Direction de la Colonisation et de l'Hydraulique. Cette dénomination indiquait, l'orientation principale qui guidait la politique et l'action de cette administration.

. Ces infrastructures étaient principalement destinées :

- à partir des barrages, à l'irrigation des grandes exploitations agricoles coloniales, et, à partir des nappes d'eaux souterraines, à l'approvisionnement en eau des grandes villes et des quartiers où se concentraient les populations d'origine européenne.

Ces opérations ne concernaient pas l'espace rural où vivait la majeure partie de la population algérienne. Le faible taux de raccordement aux réseaux (35% en 1962) exprime bien la réalité de la discrimination et de la précarité dans lesquelles se trouvaient les Algériens pour l'accès à l'eau.

¹ www.mre.gov.dz.

Le temps était enfin arrivé de changer radicalement de politique, l'objectif premier était désormais et, il l'est toujours de répondre aux besoins en eau de toutes les populations et de leurs activités sur l'ensemble du territoire national. C'est cet objectif qui a guidé le travail et motivé les efforts des personnels et des responsables du secteur, tout au long des cinquante dernières années, longue période au cours de laquelle les problèmes de l'eau ont considérablement changé d'échelles et de complexité.

La description de l'évolution du secteur de l'eau de son organisation, de ses adaptations et mutations, de ses performances sur une aussi longue période n'est pas aisée. L'évolution du ministère des ressources en eau est passée par trois grandes étapes dont la délimitation ne peut évidemment ne pas être stricte.

La première étape :

Irait de l'indépendance au début des années 70, étape principalement consacré l'organisation, à l'algérienisation et au renforcement des services centraux et régionaux, à la poursuite de programmes et de réalisations engagés, mais surtout à partir de 1965 à l'inventaire et à la connaissance des ressources hydrauliques nationales.

Au cours de cette période, des aménagements hydrauliques importants ont été réalisés :

- ✓ L'achèvement de la construction du barrage de Cheffia, ainsi que la conduite d'adduction à la Ville de Annaba, à la sidérurgie d'El Hadjar et au périmètre d'irrigation.
- ✓ L'achèvement de la construction du barrage de Meffrouch.
- ✓ La construction du barrage Fergoug pour l'alimentation de la ville d'Arzew et de sa zone industrielle.
- ✓ La construction du barrage de Djorf Torba sur l'Oued Guir pour l'irrigation de la plaine d'Abadla et l'alimentation de la ville de Béchar.

Au cours de cette période, les services de l'administration de l'hydraulique se sont étoffés et développés dans tous les régions grâce notamment à l'arrivée de nombreux ingénieurs formés à l'étranger, diplômés de l'école Nationale polytechnique et de la nouvelle Ecole d'ingénieurs des travaux publics qui seront rejoints plus tard par les promotions de l'école Nationale supérieure de l'hydraulique.

La deuxième étape – de 1971 à 1999 comprenant deux grandes périodes de 71 à 80 et de 80 à 99- a été marquée par la recherche d'un modèle institutionnel permettant une gestion

unifiée du secteur de l'eau par le regroupement des services relevant d'administrations différentes au sein d'un seul département ministériel .

Parmi les décisions marquantes de la période, plus précisément entre 1971 et 1989 sont :

- ✓ La promulgation du Code des Eaux en 1983, consacrant la propriété publique des ressources en eau et fixant les principes de base de leur gestion et les conditions de leurs utilisations.
- ✓ La création d'établissements publics d'études et d'entreprises publiques de travaux hydrauliques.
- ✓ Les restructurations successives du système de gestion des services publics de l'eau.

De 1962 à 1970, les services d'eau et d'assainissement étaient assurés en majorité, par les régies communales, par des opérateurs intercommunaux et par quelques sociétés privées (Alger, Oran, Villes du sud...). Les grandes adductions d'eau étant gérées par l'administration dans le cadre d'un budget annexe en 1970, a été créée la SONADE chargée du monopole de la production et de la distribution de l'eau potable et industrielle sur l'ensemble du territoire, l'assainissement restant à la charge des communes. la mise en place de la SONADE s'est avérée difficile et son monopole a été limité en 1974 aux seules activités de production et d'adduction d'eau sauf pour Alger avec la création d'une entreprise de wilaya intégrant toutes les activités.

En 1987, une nouvelle structuration des services publics de l'eau potable a été mise en place avec la création de 9 entreprises régionales et de 26 entreprises de wilaya.

Cette organisation sera remplacée, au cours de la troisième étape de l'évolution du secteur, par les établissements publics « Algérienne des Eaux (ADE) » et « Office National de l'Assainissement (ONA) » qui vont regrouper toutes ces structures et progressivement communales pour mettre fin à l'hétérogénéité des situations et assurer une meilleure maîtrise de la gestion.

A la suite de la réunion des Assises Nationales de l'Eau en 1995, un amendement du Cod eaux en 1996 a consacré le principe de la gestion intégrée et concertée dans la politique nationale de l'eau par la création des Agences de Bassins Hydrographiques (ABH). Ces nouvelles structures en charge de la gestion intégrée de l'eau, constituent le cadre d'élaboration concertée des propositions de répartition et d'utilisation des eaux et des instruments de surveillance et de protection de l'eau au niveau d'un ensemble de bassins hydrographique. Au cours de cette longue période, sous la pression d'un accroissement formidable de la demande en eau, le rythme et l'importance des réalisations de mobilisation des eaux de surface et souterraines (en particulier au Sud) se sont progressivement développés à partir des premières années 1880.

Entre 1970 et 1999, 27 barrages ont été érigés (dont 26 sur la période 80-99) auxquels s'ajoutent dans les années 70, la surélévation de 2 anciens barrages (Zardezas et Ksob).

Dans le même temps, l'accès à l'eau potable et à l'assainissement s'est considérablement développé, partout sur le territoire dans les petits villages comme des grandes villes. A la fin de la période, 78% de la population totale est raccordée à l'eau potable, contre seulement 35% en 1962.

La troisième étape (1999 à 2012) a été caractérisée par une accélération et une intensification de la mobilisation des ressources en eau, les ressources naturelles superficielles et souterraines mais aussi des ressources non conventionnelles. Plusieurs facteurs ont privilégié cette gestion par l'offre par rapport à la gestion de la demande : d'abord, des besoins en eau

Excédant largement les volumes fournis, une période de grave sécheresse en 2002-2003, et des capacités de financement améliorées.

Des programmes d'investissements de grande ampleur ont permis :

- La multiplication du nombre de barrages et retenues collinaires (24 barrages en 13 ans) avec le doublement des capacités de stockage des eaux de surface.
- La réalisation de plusieurs systèmes régionaux de mobilisation et de répartition régionale des ressources.

Cependant, au cours de cette période, parallèlement à ce qu'il pourrait qualifier comme une gestion par l'accroissement de l'offre que commandait la volonté de sécuriser l'accès à l'eau, les responsables politiques en charge de l'hydraulique se sont préoccupés d'améliorer la gouvernance de l'eau, notamment par la recherche et le développement de l'économie des ressources hydrauliques et plus généralement par l'accroissement de l'efficacité de l'eau dans tous les domaines de consommation et d'utilisation.

Les résultats significatifs enregistrés dans la gestion des périmètres irrigués et plus nettement dans celles des services de l'eau et de l'assainissement des grandes villes montrent que la gestion de la demande est désormais bien engagée. Un indicateur traduit cette évolution celui du taux de raccordement aux services de l'eau et de l'assainissement qui va atteindre bientôt 98% pour l'eau potable et 95% pour l'assainissement, dépassant ainsi les taux que les pays, au sein des Nations Unies, s'étaient fixés comme objectifs minimum à atteindre en 2015

2. les missions du ministère des ressources en eau¹ :

Le ministère des ressources en eau se compose de plusieurs directions* chaque direction a des sous directions chaque une avec ces propres missions :

Missions:

- Veiller et mettre à jour l'inventaire et l'évaluation des ressources en eau et des superficies irrigables.
- Concevoir et mettre en place, avec les structures concernées, un système d'information intéressant le secteur.
- Élaborer, sur la base des données relatives aux ressources et aux besoins des utilisateurs.
- Les schémas d'aménagements hydrauliques au plan national et régional.

Elle se compose en trois sous directions :

A. Sous Direction des Ressources en Eau et en Sols

Missions:

- Initier et suivre toutes études et enquêtes concourant à une meilleure connaissance des ressources en eau et en sols.
- Participer à la définition des programmes de recherche et d'expérimentation en matière de gestion rationnelle, de protection et de conservation des ressources en eau et en sols.

B. Sous Direction des Aménagements Hydrauliques

Missions:

- Procéder aux études relatives à la détermination et à l'évaluation des besoins en eau.
- Élaborer et actualiser en relation avec les secteurs concernés les plans de développement à différents horizons et les schémas nationaux de production et d'utilisation des ressources en eau.

C. Sous Direction des Systèmes d'Information

Missions:

¹ Source : document officiel de DRH.

* Voir l'organigramme du ministère des ressources en eau, annexe n°02.

- Constituer, en relation avec les autres secteurs, une banque de données relative à l'ensemble des agrégats concourant à la connaissance, à la mobilisation, à l'utilisation et à la conservation de l'eau.

- Mettre en place, en relation avec les secteurs concernés, un système d'information sur les domaines de compétence du secteur.

1. Direction de la Mobilisation des Ressources en Eau DMRE

Missions:

- Élaborer, évaluer et mettre en œuvre la politique nationale en matière de production et de stockage de l'eau.

- Initier et veiller, dans le cadre du plan national, l'étude et à la réalisation des ouvrages et équipements de mobilisation et de transfert des eaux superficielles et souterraines

- Proposer les normes, règlements et conditions d'exploitation des équipements, des ouvrages et des ressources en eau.

- Initier et mener toute action visant le développement des ressources en eau non conventionnelles.

Elle comprend quatre (04) sous directions :

A. Sous Direction de la Mobilisation des Ressources en Eaux Souterraines

Missions:

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures de mobilisation des ressources en eaux souterraines.

- Initier ou participer à toute réflexion tendant à la connaissance, à l'exploitation rationnelle et à la préservation des nappes fossiles du Sahara dans le cadre d'un développement intégré et durable

- Élaborer et suivre la réglementation technique en matière d'étude et de réalisation des ouvrages de mobilisation de ressource souterraines et de veiller à son respect.

B. Sous Direction de l'Exploitation et du Contrôle

Missions:

- Veiller au contrôle technique, à l'entretien et la maintenance des ouvrages de mobilisation et de transfert des ressources superficielles et souterraines

- Gérer les réserves d'eau superficielles et souterraines et procéder à leur répartition et à leur affectation entre les différents utilisateurs

c. Direction de la Mobilisation des Ressources en Eaux Non Conventionnelles

Missions:

- Promouvoir, en relation avec les secteurs et structures concerné, le développement des ressources en eau non conventionnelles à des fins d'alimentation en eau potable, industrielle et agricole.

- Initier, suivre et évaluer les programmes d'étude et de réalisation des infrastructures de mobilisation des ressources en eau non conventionnelles.

2. Direction de l'Alimentation en Eau Potable

Missions:

- Définir les actions à mettre en œuvre pour assurer la couverture des besoins en eau potable des populations et des besoins de l'industrie

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures d'alimentation en eau.

- Initier et mener toute réflexion et étude sur la conduite et la mise en œuvre de la réforme du service public de production et de distribution d'eau

Elle comprend trois sous directions :

A. Sous Direction du développement

Missions:

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des ouvrages et des réseaux de distribution d'eau dans les agglomérations urbaines et rurales ainsi que ceux destinés aux unités des zones industrielles.

- Élaborer et suivre la réglementation technique en matière d'étude et de réalisation des ouvrages et des réseaux de distribution d'eau et de veiller à son respect.

- Procéder aux études relatives à la détermination des normes et besoins en eau à usage domestique et industriel.

B. Sous Direction de l'Économie de l'Eau

Missions:

- Initier en relation avec les structures concernées toute action visant la protection et l'économie de l'eau.

- Fixer avec les organismes concernés les normes de qualité de l'eau.

C. Sous Direction de la Concession et de la Réforme du Service Public de l'Eau

Missions:

- Élaborer et contrôler l'exécution des cahiers de charges relatifs aux concessions du service public de l'alimentation en eau.

- Mettre en œuvre toute politique relative à la refonte de la gestion du service public de production et de distribution d'eau.

3. Direction de l'Assainissement et de la Protection de l'Environnement

Missions:

- Initier, en relation avec les services et structures concernées, toutes actions visant la protection et la préservation des ressources hydriques contre toute forme de pollution.

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures d'assainissement et Élaborer et suivre la réglementation.

- Participer, en relation avec les secteurs concernés, à la mise en œuvre de la politique nationale en matière de développement durable, de protection de l'environnement et de préservation de la santé publique.

Elle comprend trois (03) sous directions :

A. La Sous Direction du Développement

Missions:

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des ouvrages et des réseaux d'assainissement.

- Élaborer et suivre la réglementation technique en matière d'étude et de réalisation des ouvrages et des réseaux d'assainissement

B. Sous Direction de la Gestion de l'Assainissement et de la Protection de l'Environnement

Missions:

- Proposer, en relation avec les services et les structures concernées, toute action visant la préservation et la protection des ressources hydriques contre toute forme de pollution.

- Initier, en relation avec les structures concernées, toute action visant la protection de l'environnement et la préservation de la santé publique.

C. Sous Direction de la Concession et de la Réforme du Service Public de l'Assainissement

Missions:

- Veiller à la domanialisations des infrastructures hydrauliques relevant de sa compétence et à l'établissement du cadastre y afférent.

- Élaborer et de contrôler l'exécution des cahiers de charges relatifs aux concessions du service public de l'assainissement.

- Mettre en œuvre toute politique relative à la refonte de la gestion du service public de l'assainissement et Organisation et missions du Ministère des Ressources en Eau.

1. Direction des Études et des Aménagements Hydrauliques

Missions:

- Veiller et mettre à jour l'inventaire et l'évaluation des ressources en eau et des superficies irrigables.

- Concevoir et mettre en place, avec les structures concernées, un système d'information intéressant le secteur.

- Élaborer, sur la base des données relatives aux ressources et aux besoins des utilisateurs.

- Elle comprend trois (03) sous directions :

B. Sous Direction des Ressources en Eau et en Sols

Missions:

- Initier et suivre toutes études et enquêtes concourant à une meilleure connaissance des ressources en eau et en sols.
- Participer à la définition des programmes de recherche et d'expérimentation en matière de gestion rationnelle, de protection et de conservation des ressources en eau et en sols .

B. Sous Direction des Aménagements Hydrauliques

Missions:

- Procéder aux études relatives à la détermination et à l'évaluation des besoins en eau.
- Élaborer et actualiser en relation avec les secteurs concernés les plans de développement à différents horizons et les schémas nationaux de production et d'utilisation des ressources en eau.
- Élaborer les programmes de réalisation des infrastructures de mobilisation et d'utilisation des ressources en eau. .

C .Sous Direction des Systèmes d'Information

Missions:

- Coordonner les activités de la banque de données et des systèmes d'information centrale des structures de l'administration et des services déconcentrés.
- Assurer la veille technologique en matière de connaissance, de gestion et d'exploitation des ressources en eau.

2. Direction de la Mobilisation des Ressources en Eau DMRE

Missions:

- Élaborer, évaluer et mettre en œuvre la politique nationale en matière de production et de stockage de l'eau.
- Initier et veiller, dans le cadre du plan national, l'étude et à la réalisation des ouvrages et équipements de mobilisation et de transfert des eaux superficielles et souterraines

•Veiller au fonctionnement normal des infrastructures et des installations de mobilisation et de transfert.

Elle comprend quatre (04) sous directions :

A. Sous Direction de la Mobilisation des Ressources en Eaux Souterraines

Missions:

• Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures de mobilisation des ressources en eaux souterraines.

• Initier ou participer à toute réflexion tendant à la connaissance, à l'exploitation rationnelle et à la préservation des nappes fossiles du sahara dans le cadre d'un développement intégré et durable.

B .Sous Direction de l'Exploitation et du Contrôle

Missions:

• Veiller au contrôle technique, à l'entretien et la maintenance des ouvrages de mobilisation et de transfert des ressources superficielles et souterraines.

• Gérer les réserves d'eau superficielles et souterraines et procéder à leur répartition et à leur affectation entre les différents utilisateurs.

C. Sous Direction de la Mobilisation des Ressources en Eaux Non Conventionnelles

Missions:

• Promouvoir, en relation avec les secteurs et structures concerné, le développement des ressources en eau non conventionnelles à des fins d'alimentation en eau potable, industrielle et agricole.

• Initier, suivre et évaluer les programmes d'étude et de réalisation des infrastructures de mobilisation des ressources en eau non conventionnelles.

3. Direction de l'Alimentation en Eau Potable

Missions:

• Définir les actions à mettre en œuvre pour assurer la couverture des besoins en eau potable des populations et des besoins de l'industrie.

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures d'alimentation en eau.

- Fixer les normes d'exploitation et d'entretien des réseaux et ouvrages de production et de distribution d'eau à des fins domestiques et industrielles

Elle comprend trois sous directions :

A. Sous Direction du développement

Missions:

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des ouvrages et des réseaux de distribution d'eau dans les agglomérations urbaines et rurales ainsi que ceux destinés aux unités des zones industrielles.

- Élaborer et suivre la réglementation technique en matière d'étude et de réalisation des ouvrages et des réseaux de distribution d'eau et de veiller à son respect.

B. Sous Direction de l'Économie de l'Eau

Missions:

- Initier en relation avec les structures concernées toute action visant la protection et l'économie de l'eau.

- Fixer avec les organismes concernés les normes de qualité de l'eau.

C. Sous Direction de la Concession et de la Réforme du Service Public de l'Eau

Missions:

- Élaborer et contrôler l'exécution des cahiers de charges relatifs aux concessions du service public de l'alimentation en eau.

- Mettre en œuvre toute politique relative à la refonte de la gestion du service public de production et de distribution d'eau.

4. Direction de l'Assainissement et de la Protection de l'Environnement

Missions:

- Initier, en relation avec les services et structures concernées, toutes actions visant la protection et la préservation des ressources hydriques contre toute forme de pollution.
- Définir et mettre en œuvre la politique nationale en matière de collecte, d'épuration, de rejet et de réutilisation des eaux usées et pluviales.
- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures d'assainissement et Élaborer et suivre la réglementation.

• Elle comprend trois (03) sous directions :

A. La Sous Direction du Développement

Missions:

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des ouvrages et des réseaux d'assainissement.
- Élaborer et suivre la réglementation technique en matière d'étude et de réalisation des ouvrages et des réseaux d'assainissement

B .sous Direction de la Gestion de l'Assainissement et de la Protection de l'Environnement

Missions:

- Proposer, en relation avec les services et les structures concernées, toute action visant la préservation et la protection des ressources hydriques contre toute forme de pollution.
- Initier, en relation avec les structures concernées, toute action visant la protection de l'environnement et la préservation de la santé publique.
- Fixer avec les organismes concernés les normes de rejets et de qualité des eaux épurées.

C .Sous Direction de la Concession et de la Réforme du Service Public de l'Assainissement

Missions:

- Veiller à la domanialisations des infrastructures hydrauliques relavant de sa compétence et à l'établissement du cadastre y afférent.

- Élaborer et de contrôler l'exécution des cahiers de charges relatifs aux concessions du service public de l'assainissement.

5. Direction de l'Hydraulique Agricole

Missions:

- Participer, avec les structures concernées, à l'élaboration des plans de développement et des schémas rationaux et régionaux en matière d'irrigation et de drainage.

- Élaborer, évaluer et mettre en œuvre la politique en matière de production et de stockage de l'eau destinée aux usages agricoles et couverte par des opérations de petite et moyenne hydraulique (puits, forages et retenues collinaires).

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures d'irrigation et de drainage.

Elle comprend trois (03) sous directions :

a .Sous Direction des Grands Périmètres

Missions:

- Participer avec les structures concernées à l'élaboration et à la mise à jour des études de schémas d'aménagements hydraulique en matière d'irrigation et de drainage.

- Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des infrastructures d'irrigation et de drainage dans les zones classées comme grands périmètres.

- Élaborer et suivre la réglementation technique en matière d'étude et de réalisation.

B. Sous Direction de la Petite et Moyenne Hydraulique

Missions:

- Initier et suivre les programmes de développement de la petite et moyenne hydraulique.

- Initier, Suivre et contrôler les programmes d'études et de réalisation des ouvrages de mobilisation des ressources en eau destinées à la petite et moyenne hydraulique (puits, forages et retenues collinaires).

C .Sous Direction de l'Exploitation de l'Hydraulique Agricole

Missions:

- Assurer le contrôle technique, l'entretien et la maintenance en matière de gestion et d'exploitation des ouvrages d'irrigation et de drainage.
- Collecter et traiter les informations relatives à l'exploitation des ressources en tenant à jour les états des réserves superficielles et aquifères exploitées dans la petite et moyenne hydraulique.
- Veiller à la domanialisations des infrastructures hydrauliques relevant de sa compétence et à l'établissement du cadastre y afférent.

6. Direction des Ressources Humaines, de la Formation et de la Coopération

Missions:

- Proposer et mettre en œuvre la politique de gestion et de promotion des personnels du secteur.
- Adapter et traduire en programmes les orientations de la politique nationale en matière de formation et de perfectionnement.
- Participer et apporter son concours aux autorités compétentes concernées dans toutes les négociations internationales, bilatérales et multilatérales liées aux activités relevant du secteur.

Elle comprend trois sous directions :

7. Direction du Budget, et des Moyens

Missions:

- Entreprendre, en relation avec les structures concernées, toute action liée à la satisfaction des besoins en moyens financiers et matériels des services de l'administration centrale et des services déconcentrés.
- Évaluer les besoins en crédits de fonctionnement de l'administration centrale et des services déconcentrés.
- Exécuter les budgets de fonctionnement et d'équipement de l'administration centrale, des services déconcentrés et des organismes relevant du secteur.
- Elle comprend deux sous directions :

8. Direction de la Réglementation et du Contentieux

Missions:

- Mener tous travaux d'élaboration, de coordination et de synthèse des projets de textes initiés par le secteur.
- Veiller à l'application de la réglementation relative aux activités professionnelles relevant du secteur.
- Étudier et suivre les affaires contentieuses concernant le secteur.

Elle comprend trois (03) sous directions:

9. Direction de la Planification et des Affaires Économiques

Missions:

- Élaborer les études générales relatives à sa mission.
- Participer aux études et schémas sectoriels en s'assurant de la prise en charge de l'aspect économique.
- Élaborer et coordonner les travaux de planification des investissements.
- Élaborer la synthèse des propositions de programmes émanant des organismes sous-tutelle
- Assurer la liaison avec les services concernés chargés des finances et de la planification.

Elle comprend trois sous directions :

- Sous Direction des Travaux de Programmation
- Sous Direction des Financements
- Sous Direction des Etudes Economiques

3. les objectifs du ministère des ressources en eau¹ :

- S'inscrivant dans le programme du gouvernement visant à la réhabilitation et l'amélioration du service public,

¹ www.mre.gov.dz.

- Développer la culture de la préservation de la ressource de l'environnement et dans un souci d'introduire auprès de nos concitoyens la culture de l'économie de l'eau

- Un programme multidimensionnel d'information et de sensibilisation à l'endroit des usagers est mise en place.

- L'amélioration de la gestion du service public de l'eau, le travail de proximité et la maintenance des infrastructures

- La sécurisation de l'alimentation en eau potable des populations

Amélioration du taux de sécurité alimentaire par les possibilités offertes au maintien et à l'extension des superficies irriguées.

I. Les étapes de l'enquête :

1. La pré-enquête :

Selon QUIVY Raymond : « le but de la pré-enquête est tout d'abord de vérifier sur le terrain si l'instrument élaboré est d'une part suffisant, d'autre part correct pour recueillir les données dont on a besoin, on verra donc si les questions sont comprises dans le sens ou elles sont élaborées »¹

Nous avons procédé à une pré-enquête, qui s'est déroulée dans la durée de deux mois entre 28 février jusqu'à 28 avril dans le but d'explorer le terrain d'investigation, de connaître la population d'étude, de préciser notre problématique, et de collecter les informations nécessaires pour la bonne formulation de nos hypothèses et la détermination de la méthode et techniques les plus adéquates à notre thème de recherche.

Durant la pré-enquête, nous avons utilisé la méthode qualitative, qui se définit comme « un ensemble de techniques d'investigation dont l'usage est très répandu. Elle donne un aperçu du comportement et des perceptions des gens et permet d'étudier leurs opinions sur un sujet particulier, de façon plus approfondie que dans un sondage. Elle génère des idées et des hypothèses pouvant contribuer à comprendre comment une question est perçue par la population cible et permet de définir ou cerner les options liées à cette question »².

Cette méthode était accompagnée par 02 techniques de collecte de données :

En premier lieu **l'observation** : au cours de notre pré-enquête au sein du ministère des ressources en eau on a pu observer les salariés en situation réelle de travail, et on a observé comment se font les échanges d'informations, de fichiers et de documents entre les différents employés.

En deuxième lieu nous avons utilisé un **entretien semi directif** ou on a laissé la liberté à l'enquêté de parler son langage et de poser beaucoup de questions ce qui nous a permis d'avoir plus d'informations sur notre thème de recherche.

On s'est entretenu avec la responsable de la cellule de communication qui nous a parlé sur l'usage des TIC et la manière dont les travailleurs ont perçu ce nouveau phénomène.

¹ Raymond QUIVY et Campenhoudt LV, *Manuel de recherche en science sociale* 2ème éd, Dunod, Paris, 1995, P200.

² Mamadou Kani Konaté et Abdoulaye Sidibé, *Extrait de guide sur la recherche qualitative*, du Centre d'appui à la Recherche et à la Formation, Bamako-Mali, Consulté le 24 mars 2017 à 17h30, Disponible sur le lien : <https://www.ernwaca.org/panaf/RQ/fr/definition.php>

En effectuant la pré-enquête nous avons pu modifier et améliorer quelques hypothèses, et apporter plus de précision à notre travail en général.

2. L'enquête :

Notre enquête s'est déroulée durant **60 jours** allant du **28 février** au **28 avril 2018**, au cours de cette période nous avons entamer nos entretiens formellement avec les différents enquêtés, nous avons également effectué plusieurs visites avec le ministre des ressources en eau, nous avons aussi assisté à plusieurs événements comme l'ouverture du salons international des équipements technologiques et les services de l'eau du 12 au 15 mars 2018 au niveau de la SAFEXE d'Alger et la journée international de l'eau 22 mars à Bejaia, dans l'objectif de collecter toutes les informations utiles afin de répondre à la question de départ de cette recherche.

2.1. La méthode utilisée :

Chaque étude scientifique exige une méthode rigoureuse à suivre propre à elle, nécessaire à effectuer une recherche organisée et encore à réaliser les objectifs tracés par la recherche.

La méthode « est un ensemble des opérations intellectuelles par lesquelles une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démonte, les vérifie ». ¹

Dans le cadre d'approfondissement de nos connaissances sur le phénomène, nous avons choisi la méthode qualitative qui nous semble être la plus appropriée afin de valider ou d'invalides les hypothèses de notre problématique, et qui vise à vérifier le degré de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les relations publiques et afin de connaître l'usage des TIC au sein du ministère des ressources en eau et leurs apports aux relations publiques.

La recherche qualitative se définit comme étant « un ensemble de techniques d'investigation dont l'usage est très répandu. Elle donne un aperçu du comportement et des perceptions des gens et permet d'étudier leurs opinions sur un sujet particulier, de façon plus approfondie que dans un sondage. Elle génère des idées et des hypothèses pouvant contribuer à comprendre comment une question est perçue par la population cible et permet de définir ou cerner les options liées à cette question » ¹.

Le choix de cette méthode est justifié par la nature de notre thème qui demande une analyse qualitative approfondie du phénomène étudié, il s'agit de se concentrer sur les éléments détaillés

¹ GRAWITZ Madeline, opcit, P35.

qui déterminent l'usage des TIC dans les relations publiques au sein du ministère des ressources en eau ; d'autant plus que le nombre d'intervenants dans ce cadre est réduit, et dans ce cas le qualitatif prime sur le quantitatif. Nous avons fait recours à la méthode qualitative pour répondre à nos objectifs, et afin d'avoir une meilleure approche sur le terrain.

2.2. Les techniques de recherche :

Dans notre recherche, nous avons fait recours aux techniques suivantes : **L'observation, les entretiens exploratoires,**

✓ **L'observation :**

« Observer c'est d'abord remarquer, on s'aperçoit qu'une personne ou la chose est là. Ensuite observer, c'est reconnaître, on identifie la personne ou la chose comme connue ou pas, Enfin, observer, c'est mesurer ou plus largement, évaluer la personne ou la chose »².

Selon Maurice Angers « l'observation en situation réelle est une technique de recherche qui sert à observer un groupe, dans le but de comprendre certaines attitudes et certains comportements »³.

Nous avons observé les enquêtés sur le terrain, et on a remarqué qu'ils disposent dans tous les bureaux des matériaux informatiques, et nous avons constaté que les employés au sein du ministère des ressources en eau utilisent plus la messagerie, l'intranet, l'internet, et chaque fois qu'un employé a besoin de transmettre un fichier ou un document cela se fait par la messagerie électronique qu'il a en sa disposition avec un mot de passe et un nom d'utilisateur propre à lui. Ainsi qu'on a pu observer les salariés en situation réelle, ce qui nous a permis de mieux les interroger sur notre sujet de recherche.

• **Type d'observation :**

Le type d'observation que nous avons utilisé est, l'observation participante, qui se définit comme : « un mode de collecte de données par lequel le chercheur observe de lui-même, de visu, des processus ou des comportements se déroulant dans une organisation pendant une période de temps délimité »⁴.

¹ Mamadou Kani Konaté et Abdoulaye Sidibé, *Extrait de guide pour la recherche qualitative*, du Centre d'appui à la Recherche et à la Formation, Bamako-Mali, Consulté le 24 mars 2017 à 17h30, Disponible sur le lien : <https://www.ernwaca.org/panaf/RQ/fr/definition.php>

² ANGERS Maurice, *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, Edition Casbah, Alger, 1997, P57.

³ Op.cit ANGERS Maurice, P130.

⁴ Raymond-Alain Thietart, *Méthode de recherche en management*, Dunod, 2003, Paris, P238.

Nous avons fait recours à ce type d'observation car il se réfère à ce qu'un professionnel a véritablement vu. Il ne s'agit pas d'une information rapportée par une personne. Il s'agit également d'observation faite hors d'un contexte d'interaction. Ce type d'observation est fait au moment où l'observateur observe des comportements précis du sujet dans un environnement donné. L'observation participante nous a permis notamment d'avoir une grande précision sur notre sujet, et un large éventail de sources d'informations.

✓ Les entretiens exploratoires :

Parmi les techniques que nous avons également utilisées : les entretiens exploratoires.

Selon Gramitz, 1993 « L'entretien déclenche une série d'interactions entre l'enquêteur et l'enquêté. Non seulement l'idée que chacun a de l'autre intervient, mais aussi ce que chacun pense que l'autre va penser de lui. L'enquêteur doit être poli, rassurant, sympathique, pour donner une impression favorable dès le premier instant et ensuite à la fois stimuler, susciter l'intérêt de l'enquêté et le rassurer »¹.

« L'entretien est un des moyens de recherche consistant en une technique d'interrogation avec un but. L'entretien vise à faire verbaliser. Il s'agit d'une rencontre interpersonnelle dans une situation sociale donnée telle que soit impliquée la présence d'un professionnel (interviewer) et d'une personne »²

Les types d'entretiens individuels utilisés dans les études se différencient, en fonction du comportement de l'interviewer et du degré de directivité de ses interventions.

Dans notre étude on a utilisé **l'entretien semi-directif** qui porte sur un certain nombre de thèmes qui sont identifiés dans une grille d'entretien* préparée par l'enquêteur. Rodolphe Ghiglione et Benjamin Matalon indiquent qu'avec l'entretien semi-directif « l'enquêteur vise à obtenir les réactions de l'enquêté »³.

¹ Op.cit. ANGERS Maurice, P25.

² Ibid. P21.

* Voir guide d'entretien, annexe n°01.

³ GHIGLIONE Rodolphe, MATALON Benjamin, *les enquêtes sociologiques, théories et pratiques*, 6ème éd, Armand Colin, Paris, 2008, P58.

L'entretien semi-directif permet à l'interviewer d'aborder des aspects imprévus, autrement dit, de répondre à des questions qui n'ont pas été posées.

Le choix de l'entretien semi-directif, peut être justifié, par la méthode adoptée, dans le cadre de cette étude –méthode qualitative- qui nécessite le rassemblement une quantité abondante de données qualitatives, susceptible de faciliter l'analyse des réponses des enquêtes.

En effet cette technique de collecte de données, nous a permis d'opérer des échanges directs avec les enquêtés, basés (échanges) sur l'interactivité, ce qui a garanti un certain équilibre dans le déroulement de l'enquête entre nous « enquêteurs » et les responsable du ministère « enquêtes ». Une autre raison du choix de cette technique, est la quantité de notre échantillon, étant réduit, celui-ci est pratiquement facile de le cerner par des entretiens semi-directifs.

Notre guide d'entretien a été reparté en **quatre (04) axes** nous avons disposé d'un certain nombre de questions ouvertes et fermées, pour éviter à nous enquêtés de sortir du sujet, il a fallu réorienter certains de nos enquêtés et reformuler certaines de nos questions.

• **Les conditions de déroulement des entretiens :**

1. Au début de notre enquête, nous nous sommes déplacés 4 fois par semaine au siège de l'institution, pour pouvoir nous familiariser avec la population concernée par notre étude.
2. Les entretiens se sont dans l'ensemble déroulés dans des conditions favorables, on a tout d'abord, commencé de nous présenter et ensuite de présenter notre thème de recherche pour susciter l'intérêt de nous enquêtés, puis nous avons demandé aux enquêtés s'ils acceptaient d'être enregistrés en leurs assurant que leurs réponses resteront confidentielles.
3. Nos enquêtés ont été interrogés dans leurs bureaux.
4. La durée de nos entretiens va de 60 a 120 minutes pour chaque enquêté.

2.3. Présentation de la population de l'étude :

La population mère dans le cadre d'une enquête « est constituée de la population sur laquelle porte l'étude et au sein de laquelle est prélevé l'échantillon ». ¹

¹ ENSYCLOPEDIE Français, consulter le 22/04/2018 a 18h46, disponible sur le lien : <http://www.definitions-marketing.com/Definition-Population-mere>

L'objet de notre étude porte sur l'usage des TIC dans les relations publiques, ce premier nous a conduits à adopter la méthode qualitative qui ne vise pas un maximum de personnes mais une catégorie particulière susceptible d'être capable de répondre à nos questions portant sur un métier spécifique qui est les relations publiques.

Par conséquent notre sujet ne peut être expliqué que par une minorité des acteurs (cadres) du ministère des ressources en eau, qui possèdent des compétences intellectuelles et connaissances profondes sur notre thématique.

Etant donné que la population qui peut contribuer à cette étude est réduite, donc nous avons visé la totalité de cette population, sans avoir recours aux procédés d'échantillonnage. Nous nous sommes contentés donc, d'inclure tous les acteurs du ministère possédant des informations utiles et précises sur le l'usage des TIC dans les relations publiques, qui sont au total de cinq (05) cadres.

2.4. les difficultés rencontrées :

Au cours de notre enquête sur le terrain nous avons été confrontés à un certain nombre de difficultés :

1. notre lieu de stage se trouve loin par rapport à notre université et par rapport à notre wilaya de résidence, ce qui nous a contraints à faire des allers retours entre Bejaia et Alger.
2. La période de stage était courte bien qu'elle a duré 60 jours.
3. Le manque des études antérieures sur notre thème de recherche.
4. l'indisponibilité des cadres pour effectuer les entretiens.

II Analyse des données des entretiens destinés aux cadres du ministère des ressources en eau :

Les entretiens ont été réalisés pendant 15 jours, allant du 10 au 25 avril 2018, ils ont duré entre 60 minutes et 120 minutes, nous nous sommes entretenues avec cinq (05) cadres qui sont responsables de la communication, chargé de communication, sous directrice DRH et responsable en informatique.

1. Présentation des caractéristiques des enquêtés :

À la lumière des données collectées durant l'enquête que nous avons menée sur le terrain, au sein du ministère des ressources en eau, nous présenterons les caractéristiques personnelles et professionnelles de la population étudiée, à savoir l'âge, la formation universitaire, la fonction occupée au sein du ministère et l'ancienneté, ces caractéristiques sont présentées dans le tableau ci-dessous :

Tableau n°1 : les caractéristiques de la population visée

Enquêtés	Age	Formation universitaire	Fonction occupée	Ancienneté
Enquêté n°1	45 ans	Doctorat en communication	Directrice de communication	20 ans
Enquêté n°2	29 ans	Ingénieur en informatique	Responsable en informatique	4 ans
Enquêté n°3	46 ans	Master en gestion des ressources humaines	Sous directrice DRH	21 ans
Enquêté n°4	39 ans	Journalisme : communication et relations publiques	Chargé de communication	16 ans
Enquêté n°5	38 ans	Management et communication	Responsable de la cellule de communication	18 ans

Source : enquête menée au sein du ministère des ressources en eau

Nous remarquons après l'analyse de ce tableau, que la tranche d'âge de notre échantillon d'étude varie entre [35ans-46ans] on constate que quatre cadres sur cinq ont plus de 10 ans d'expérience.

À partir des données de ce tableau on constate que 3 cadres sur 5 sont spécialisés en sciences de l'information et de la communication.

Ce qui signifie que le ministère des ressources en eau exige une qualification et un niveau d'instruction élevé pour ses cadres.

2. Analyse des données collectées :

Cette deuxième partie est consacrée à la présentation et l'analyse des données récoltées auprès des cadres du ministère des ressources en eau, autour de l'usage des TIC dans les relations publiques.

De ce fait nous avons opté pour la présentation des données de manière jumelée (exposition simultanée des réponses de tous les enquêtés sur une question donnée) ; le choix de cette méthode est justifié par le fait que les réponses de nos enquêtés sont pratiquement identiques parce qu'ils travaillent en collaboration et ils appartiennent à la même structure.

Axe n°1 : usage des TIC dans l'institution

À travers cet axe nous essayons de comprendre la place qu'occupent les TIC au sein du ministère des ressources en eau.

Q01 : l'utilisation des TIC par l'institution

Pendant notre stage au sein du ministère des ressources en eau nous avons remarqué que le personnel de l'institution utilise les TIC dans l'exécution de ses tâches.

Tous les enquêtés déclarent que l'institution utilise les TIC depuis leurs évolutions en Algérie en 2012.

Selon eux « *les TIC sont primordiales, car elles nous aident à sensibiliser le public du ministère sur la préservation de l'eau, ainsi transmettre nos messages informatifs* ». Enquêté n°1, 2, 3, 4, 5.

Q0 2 : les moyens technologiques utilisés :

L'une des enquêtés a dit : *«on utilise tous les moyens de communication qui peuvent nous apporter un plus à l'institution »*

Une des enquêtés a dit *« les réseaux sociaux nous aident beaucoup on a une page Facebook dont on fait la sensibilisation afin d'inciter le public qu'ils nous aident à préserver de l'eau et de participer aux différents événements organisés par le ministère »* enquêté n°1

L'une des enquêtés a rajouté *« grâce à la communication à travers les émissions radiophonique et les campagnes de sensibilisation sur les réseaux sociaux et les événements organisés, on a pu toucher toutes les catégories et surtout d'être proche du citoyen et de leurs donner toutes sortes d'informations et d'actualité sur nos activités »* enquêté n°3

Cela nous permet de comprendre que les TIC sont des outils utiles à travers lesquelles nous pouvons persuader les citoyens d'une manière très facile et dans un temps limité.

• D'après l'analyse des différents entretiens effectués avec les enquêtés on a déduit que le ministère des ressources en eau utilise des différents moyens de communications tel que l'intranet, les sites web, chaîne Youtube, e-mail et la messagerie professionnelle. Afin de communiquer entre eux, transmettre des informations au public et pour réaliser les différentes tâches.

Q03 : l'apport des TIC pour l'institution

La majorité des enquêtés a dit que *« l'apport des TIC est très positif à notre institution et à nous en temps que employé car cette dernière nous permet de donner l'information instantanément »*. Enquêté N°1, 4, 5.

L'une des enquêtés confirme que : *« La technologie a rendu ce monde beaucoup plus simple avec surtout l'internet qui permet à n'importe qui se trouve n'importe où de pouvoir s'informer ou même communiquer, les TIC permettent d'établir une bonne communication entre les salariés et les différents responsables, faciliter le travail en interne et en externe. »* enquêté N°2

Une autre enquêtée a dit : *« les technologies de l'information et de communication ont un apport très important pour notre institution car grâce à ces technologies on a pu développer nos logiciels et nos appareils, les TIC occupent une place importante car elles nous aident à la prise de décision qui est fondée sur une fondation fiable »* enquêté N°4

• Après avoir analysé les dires des enquêtés à propos de l'apport des TIC à l'institution on constate que le ministère des ressources en eau utilise ces technologies pour communiquer et informer les différents publics sur les actions menées par l'institution, les technologies de

l'information et de communication sont considérées comme un moyens indispensable pour le développement de l'institution car les TIC facilitent le travail du personnel au sien de l'institution a cet égard nous pouvons dire que « *ces nouvelles technologies de l'information et de la communication ont considérablement amélioré les échanges, elles facilitent le partage de l'information et sont très rapide, elles contribuent potentiellement à éviter les déplacements et permettent de favoriser le télétravail* »¹.

Q 04 : l'emploi des spécialistes en TIC

Après l'analyse des réponses à cette question on a constaté que l'institution a donné une importance immense à l'emploi des spécialistes en TIC.

Une de nos enquêtés a dit : « *nous avons toute une cellule qui s'occupe de ce travail, d'ailleurs on a des ingénieurs et des spécialistes en informatique, spécialisés en internet, en création des applications, donc on possède une cellule d'organisation et d'informatique* ». Enquêté N°5

Une autre a dit « *nous avons toujours des formations sur les nouvelles intégrées, nous sollicitons même des spécialistes en France, afin de donner des cours de soutiens à nos employés* » Enquêté N°1

Une autre rajoute «*il n'y a pas longtemps où on a fait une formation pour tous les salaries, cette formation a duré 30 jours et qui a porté sur une nouvelle application outlook exchange* » Enquêté N°4

• Les propos de nos enquêtés nous conduisent à dire que le ministère des ressources en eau est désireux de fournir tous les services et méthodes modernes afin de mieux communiquer autour du travail, et développer les compétences des employés et poursuivre le rythme de modernisation ainsi on a remarqué que dans le ministère des ressources organise toujours des formations professionnelles surtout dans le domaine des technologies de l'information et de la communication ce qui leur permettent de développer leurs compétences et de créer de nouvelles applications dans ce domaine.

Q05 : les difficultés rencontrées dans l'utilisation des ces nouveaux outils.

Tous les enquêtés déclarent que «au début oui on a eu des difficultés, mais avec le temps et surtout avec les formations on arrive à s'adapter avec ces outils » Enquêté N°1, 2, 3, 4, 5.

¹ H.BAREAU, *nouveaux usages, les TIC, quels impacts, agence de l'environnement et de maîtrise de l'énergie(ADEME), guide pour les bons usages, nouvelle technologie*, France, juillet 2010, P03/04.

L'une des enquêtés nous a dit que : « à chaque fois l'institution intègre un nouveau logiciel ou bien un nouveau canal de communication tous les salariés vont bénéficier de formations d'une durée précise, afin de maîtriser le travail ; nous avons créé il y a 5 mois une application qui s'appelle géo-localisation où nous avons organisé des formations d'une durée précise pour tous les salariés » Enquêté N°3

D'une manière générale et après l'analyse de cette question on peut dire que le personnel du ministère des ressources en eau bénéficie de formations aux TIC avec des spécialistes et des experts en TIC, ce qui lui permet de s'adapter facilement et rapidement à ces technologies.

Axe n°02 : TIC et relations publiques

Ce deuxième axe tente à expliquer l'apport des TIC dans les relations publiques au sein du ministère des ressources en eau.

Q01 : les relations publiques interviennent-elles dans le développement du Corps administratif au sein de l'institution.

Notre objectif dans cette partie est de comprendre comment les TIC participent au changement du fonctionnement des différents services du ministère des ressources en eau en matière des relations publiques.

Tous les enquêtés déclarent que les TIC sont un moyen indispensable pour les relations publiques.

Selon eux « les technologies de l'information et de la communication sont primordiales, elles nous aident à créer des contacts directs avec le public et de créer et maintenir un climat de confiance avec le public interne et externe » Enquêté N°5

L'une des enquêtés nous a dit que ; « les relations publiques étudient et met en pratique des méthodes propres afin améliorer et développer le corps administratif à travers la mise en œuvre de ces différents moyens elles nous permettent aussi d'avoir de nouveaux services : exemple l'administration électronique nous a permis d'obtenir des meilleurs résultats sur le plan de l'action publique ainsi des services de meilleure qualité et un engagement accru des citoyens, l'administration électronique aussi nous a permis de découvrir comment collaborer plus efficacement entre nous en vue de résoudre des problèmes complexes communs et comment renforcer l'écoute des citoyens et de tisser des liens avec nos partenaires » Enquêté N°1

Une autre a répondu par « *les relations publiques interviennent dans le corps administrative afin de cultiver les liens avec les collaborateurs, les personnalités politiques et les organisations qui sont à même de soutenir nos activités actuelles et futures , C'est-à-dire que les relations publiques ont pour objet de développer toutes les relations de l'institution avec ses différents publics, les relations publiques est une occasion pour se rapprocher du public externe et gagner leur confiance* ». Enquêté N°4

• Tout d'abord nous remarquons que les relations publiques permettent au développement du corps administratif, elles permettent de rapprocher les uns aux autres elles diminuent les liens direct ou face à face, on constate donc que les relations publiques jouent un rôle très important pour le développement du corps administratif au sein du ministère des ressources en eau, elles contribuent à la modification des services administratifs d'une part, d'autre part elles favorisent l'usage de ces services et l'extension de l'offre ,a cet égard le ministère des ressources en eau utilise l'administration électronique qui leur permet de donner de la cohérence des services en ligne de la sphère publique, les relations publiques donnent au citoyen une place centrale dans sa relation avec l'administration, elles donnent l'accès aux démarches proposées par l'institution. « L'administration électronique est donc un outil éminemment stratégique pour améliorer le service rendu aux citoyens »¹

Q02 : l'apport des relations publiques pour l'institution :

Par rapport à cette question tout les enquêtés affirment que les relations publiques ont pour but de faire le lien communication entre l'institution et ses publics.

Un des enquêtés confirme « *les relations publiques nous permettent de gagner la confiance du public externe* ». Enquêté N°1

Par suite une a dit: « *les relations publiques apportent un aspect positif pour l'institution ; la bonne réputation c'est-à-dire de créer à long terme une image positive de l'institution* ». Enquêté N°3

Une autre enquêté nous a dit: « *La création d'un climat de confiance avec le public interne et avec le public externe (partenaires, journalistes, alliés). Par exemple les visites du ministère, les journées portes ouvertes ,la journée mondiale de l'eau c'est une célébration internationale et une occasion d'en apprendre plus sur les sujets liées à l'eau, a travers laquelle en attirant l'attention du public par la publication et la diffusion de documentaires ou en organisant des conférences, tables*

¹ ROUX LAETITIA, *l'administration électronique : un vecteur de qualité de service pour les usagers ?, informations sociale*, 2010, n°158, P27.

rondes, séminaires ou expositions sur le thème de la conservation et de la mise en valeur des ressources en eau, la mise en place d'un événement culturel dans le but de sensibiliser les gens sur l'eau ,c'est une occasion pour nous afin d'amener les publics vers le ministère ». Enquêté N°4

• D'après cette question on peut dire que les relations publiques ont un effet positif dans l'augmentation des liens entre les employés au sein de l'institution et avec le public externe, le ministère des ressources en eau met en place des événements afin de découvrir concrètement les activités du ministère et aussi permettre de connaître davantage l'institution et aussi dans le but de sensibiliser les gens sur les différentes activités réalisées par le ministère

Q03 : les TIC facilitent les différentes tâches des relations publiques

À propos de cette question, tous les enquêtés ont confirmé que les TIC sont un vecteur essentiel dans l'accoisement du circuit de communication pour les relations publiques.

Selon les dires d'une enquêtés « les TIC facilitent d'abord la communication interne entre les employés de l'institution ainsi la communication externe avec le public externe en utilisant les différents outils des TIC tels que le site web, messagerie électronique, la vision conférence...etc le site web nous permet de mobiliser rapidement un grand nombre de personnes sur un sujet d'actualité, informer sur les différentes actualités, donner des réponses correspondant aux questions posées par le public donc il nous permet d'avoir un contact direct avec le public ensuite la messagerie électronique qui est un outil de base de la communication sur l'internet, cet outil nous permet de pouvoir diffuser rapidement des messages entre des personnes distantes ,puis pour la Visio conférence, elle consiste à recréer les conditions d'une réunion entre des personnes géographiquement éloignées, par exemple entre les directeurs des autres wilaya.

C'est une salle équipée par tout les moyens nécessaires pour faire une conférence en ligne (plasma câblés par internet, camera etc..) on l'utilise généralement lors d'une réunion du ministre avec les directeurs des autres wilayas la où il peut communiquer avec tous les directeurs au mêmes temps sans déplacer c'est un moyen rentable qui fait gagner du temps et de l'argent au même temps. Ces outils ont apporté un changement pour le fonctionnement des différents services de l'institution d'une part, d'autre part ils ont facilité énormément l'exécution du travail et permettent aussi la collecte des informations, l'accès rapide aux données». Enquêté N°1,3, 4.

Une autre a dit que « les TIC ne sont pas juste un moyen qui facilite le métier des relations publiques mais peuvent être aussi un moyen qui résout des problèmes et les obstacles aux niveaux de nos services et nos techniques utilisées, dans notre institution nous sommes très influencés par l'usage des TIC soit avec l'intérieur (travailleurs) ou avec l'extérieur (partenaires, collaborateurs,

citoyen et relais d'opinions) pour surmonter les entraver, par exemple : lorsque il y a un problème de la pollution de l'eau , on diffuse l'information par téléphone, et e-mails, et les moyens de la communication publique, écrits, oraux et audiovisuels(tv, radio, journaux,...)pour informer les consommateurs de par des annonces afin de réduire le problème ». Enquêté N°5

Selon un autre enquêtés « l'intégration des TIC apporte beaucoup de changement pour le domaine des relations publiques sur tous les niveaux, et qui a touché tous les services, les TIC assurent la bonne qualité des services des relations publiques, d'ailleurs l'information se diffuse rapidement et largement ». Enquêté N°1

• Après avoir analysé les propos de nos enquêtés on constate donc que la majorité des cadres ont un avis positive sur l'usage des TIC au sein du ministère pour eux les TIC est un moyen très efficace qui facilitent les différents métiers des relations publiques en effet l'institution à intégré les TIC dans l'objectif de l'amélioration des différents services. Dans ce contexte on a remarqué que les fonctionnaires du ministère des ressources en eau utilisent beaucoup les TIC dans leur travail pour eux les TIC sont un moyen qui contribue au développement du fonctionnement au sein de l'institution c'est pourquoi ils l'utilisent beaucoup les moyens des technologies de l'information et de la communication.

Q04 : les TIC permettent l'accès rapide aux nouvelles informations dans l'institution

Notre population était d'accord que les TIC permettent l'accès rapide aux nouvelles informations dans l'institution.

Une des enquêtés nous a dit que «oui bien sur elles facilitent l'accès rapide à l'information au sein de l'institution en cas de fluide par exemple elles jouent un rôle très important dans la gestion de l'information en réduisant le temps de traitement des informations avec une grande capacité de stockage et facilitent la coordination entre les différents services , favorisent ainsi le travail collaboratif entre les salariés, mais cela peut engendrer certains modifications et certains changements concernant les structures organisationnelles ». Enquête N°4

Une autre nous a dit que « c'est un moyen rentable qui nous a permis de gagner le temps, un moyen efficace qui facilite la transmission de l'information ; dans ce cadre on fait des formations réseaux, les TIC englobent tous qui est réseau comme la messagerie électronique , les logiciels , par exemple : on a formé dernièrement une application de déclaration des incidents liée à l'eau « géo-contact » c'est une application à télécharger, c'est une plateforme liée spécialement aux

citoyens elle est utilisée quand il y a des problèmes d'incident, une fuite de l'eau par exemple , le citoyen va prendre le problème en photo il va l'envoyer directement envers nous et le subdivisionnaire le plus proche va s'occuper de cette tâche il va y'aller directement à la place de l'incident pour régler le problème. C'est une application très utile elle est caractérisée par la rapidité de la diffusion de l'information ». Enquête N°1

• A partir de ces réponses nous avons constaté que l'usage des TIC au sein l'institution permet l'accélération de la diffusion de l'information en interne et en externe, les TIC donc permettent le partage des nouvelles, comme elles favorisent le développement des connaissances et des savoirs et savoir-faire entre les différents membres de l'institution et avec le public externe de l'institution ce qui favorise l'apprentissage et l'autoformation de ceux-ci. Selon BRUNO : *« les TIC sont l'ensemble des outils qui permettent d'accéder à l'information, sous toutes ses formes, de la manipuler et la transmettre »*¹.

Q06 : L'impact du web 2.0 sur les pratiques des relations publiques.

Après l'analyse de cette question on a constaté que les enquêtés du ministère des ressources en eau ont porté une importance immense pour le web 2.0.

Une nous a répondu *« le web 2.0 a allégé l'utilisation et l'accès aux applications d'ailleurs le web 2.0 offre de nouvelles opportunités de prises de parole pour notre institution par exemple »*. Enquête N°1

Une autre a dit *« évidemment, le phénomène comporte son lot de contraintes et de dérives possibles, face à la profusion de données en ligne on parle par exemple aujourd'hui d'infobésité se pose les questions de la fiabilité, de la validité et de la traçabilité de l'information »*. Enquête N°3

Une de nous enquêtés rajoute *« le web 2.0 a eu un impact positif sur les pratiques des relations publiques, quel est son apport sur le changement et les développements de nos activités Par exemple coté relations presses, l'e-mail et les flux RSS se répandent en mode « push » tandis que des plateformes ouvertes aux journalistes et des espèces presses disponibles sur les sites institutionnelles, cette plateforme représente une solution de rechange aux canaux de communication un exemple de web telle une plateforme c'est la page personnelle ; Google qui permet aux utilisateurs chaque fois de contrôler nos informations »*. Enquête N°2

Une autre a dit *« le web 2.0 facilite les différentes activités des relations publiques dans le sens où il permet de développer la réactivité et permet la transmission de l'information en externe,*

¹ L'OCDE, 2002, *measuring the information Economy*.

le web 2.0 réside dans la cohésion et l'analyse du message soit bien compris et bien partagé partout par exemple; les outils collaboratifs à l'interne, les blogues, les wikis et les séminaires en format web 2.0 ont transformé et amélioré la collaboration interne et la culture organisationnelle, et dans le cas de la sensibilisation de la population sur la culture de l'eau, on utilise les médias sociaux tels que facebook, et des outils de partage tels que youtube pour promouvoir l'engagement environnemental des citoyens et diffuser des informations sur le domaine hydraulique ». Enquête N°1

• Les propos de nos enquêtés nous conduisent à dire qu'il faut indéniablement compter sur le web2.0. D'une manière générale le web 2.0 est également présenté comme une plateforme c'est-à-dire un support d'accueil de différents types de relations, son évolution s'enracine profondément dans le ministère des ressources en eau et entraîne avec ce dernier un changement dans le fonctionnement du ministère et dans leur mode de coordination selon Hsochka : « le web social ou participatif a tout changé, l'ignorer serait une lourde erreur »¹

Q07: les différentes activités pratiquées par les relations publiques afin de créer un climat de confiance avec le public externe :

L'une des enquêtés a dit que « *le public externe nous connaît déjà à travers les appels d'offre et nous somme une institution publique, les publics sont des partenaires pour nous* ». Enquête N°4

Une autre a dit que : « *Les relations publiques peuvent être internes et externes. En interne, elles visent à renforcer la cohésion entre les différentes composantes de l'entreprise, à créer un climat de confiance, à mettre en place une culture d'organisation, à motiver le personnel. Réaliser La revue de presse qui se fait tous les jours qui est la conclusion de notre travail et qui consiste à regrouper tous les articles de presse liés à un événement du ministère dans un dossier, En externe, elles ont pour objet de développer toutes les relations de l'institution avec ses publics environnementaux : les citoyens, les collaborateurs, les autorités locales, le grand public et les médias* ». Enquête N°1

L'une des enquêtés a dit que « *le public externe, on le considère comme des partenariats, on doit répondre à leurs attentes et résoudre leurs problèmes afin d'établir une relation de confiance, et parmi les activités des relations publiques on peut citer par exemple : à l'intérieur de l'institution, motivation des salariés, instauration et développement d'un climat de confiance, renforcement de la cohésion entre nos différentes composantes, à l'extérieur de l'institution pour*

¹ Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, 2015, paris, P114.

développer de bonnes relations avec nos différents publics pour créer un capital de sympathie et renforcer notre image, Les relations publiques peuvent par exemple aussi prendre la forme : de parrainage d'opérations culturelles, sportives ou caritatives on peut citer les campagnes de sensibilisation lancée par la Zone d'Alger à l'occasion de la célébration de la journée nationale du savoir le 17 avril et aussi l'organisation de rencontre le 16 et 17 Janvier 2018 au niveau de la Maison de la Culture de la Wilaya de Tlemcen, sur le partenariat pour l'Environnement sous le thème « Ensemble vers une Citoyenneté pour l'Environnement ». Cet événement permettra, d'une part, d'être à l'écoute des préoccupations des associations et de développer un partenariat pouvoir public-société civile d'une autre part., Ou d'invitations à des fêtes ou à des opérations de prestige par exemple la fête des travailleurs le 1mai en entretenant des contacts réguliers avec les médias, d'information régulière du public ou de personnalités ciblées sous forme notamment des lettres d'information ». Enquête N°5

• A la fin de l'analyse des dires de nos enquêtés, on constate que les relations publiques sont un moyen le plus efficace pour l'institution afin d'atteindre leurs objectifs et de transmettre leurs messages, l'institution prend en charge les attentes et les besoin de son public afin de créer un climat de confiance, en utilisant les différentes activités des relations publiques. Selon Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND: « les relations publiques sont un processus de communication stratégique qui construit des relations mutuellement bénéfiques entre les organisations et leurs publics »¹.

Axe n°3 : l'impacte des TIC sur les relations publiques

Il s'agit dans cette partie, de comprendre comment les TIC sont utilisées au sein du ministère des ressources en eau, et quel est leurs impact sur les relations publiques.

Q01 : les moyens utilisés afin d'inviter les journalistes pendant un événement de relations publiques.

Selon les dires des enquêtés, les TIC donnent aux journalistes des informations réelles et fiables sur les activités du ministère.

L'une des enquêtés a dit « je pense que les TIC vont remplacer tous ce qui est papier, aujourd'hui les journalistes passent la plupart du temps derrière leur écran d'ordinateur ou scotchés au téléphone. Les médias « classiques » comme la presse, la radio et la télévision s'astreignent à des temporalités spécifiques, quand Il y a un événement les journalistes sont invités

¹Ibid. P17.

par tous les moyens de technologies le téléphone, l'email, le site web, les réseaux sociaux ... etc. »

Enquêté N°2

Selon une autre « dans un événement des relations publiques on invite les journalistes par des différents moyens soit par un fichier de presse où on va trouver toutes les infos sur les différents médias à contacter pour mettre en place votre relation presse. Il est très personnel. Ou bien par communiqué de presse Premier outil, le plus courant, le plus rapide, le plus facile, le plus usuel, C'est le premier contact avec le journaliste, nous utilisons notamment d'autres moyens et outils comme un carnet d'adresse, ce carnet, est électronique (réseaux sociaux) ou dans un bon vieil agenda en papier, où on trouve les contacts de tous les journalistes, les messageries professionnelles, le site web...etc. ». Enquêté N°4

- Toutes ces réponses montrent que les TIC occupent une place primordiale dans le ministère des ressources en eau.

On constate après avoir analysé les propos des enquêtés que le ministère des ressources en eau utilise ces moyens de technologie de l'information et de communication afin d'inviter les journalistes et leurs donner des informations justes et réelles.

Q02 : les TIC est un moyen de développement dans les relations publique.

Selon les enquêtés les technologies de l'information et de communication peuvent contribuer au développement des relations publiques, les TIC sont considérées comme un moyen efficace pour développer et améliorer les pratiques des relations publiques.

Une des interrogés a dit que *« certainement, on ne peut pas se repasser autre les TIC, c'est un moyen indispensable pour le développement de l'institution »* enquêté N°1

Une autre a dit *« aujourd'hui en une minute nous pouvons savoir ce qui se passe dans l'autre bout du monde, les tic c'est un outil primordial pour nous et pour l'institution car ces technologies nous aident dans la réalisation de nos tâches et elles facilitent notre travail et surtout en cas d'une crise par exemple; on peut intervenir sans déplacer et sans perdre du temps je vous cite le problème rencontré dernièrement dans l'un de nos barrage à TIARET où nous avons rencontré une fuite mais grâce aux technologies de l'informations et de communication on a pu résoudre le problème dans deux heures alors que auparavant on prend des semaines pour réparer une fuite pareille »* enquêté N°3

- On constate après avoir analysé les dires de nos enquêtés que les TIC sont considérées comme un moyen d'essor grâce à leur utilité dans le développement de l'institution et leur rôle dans

l'établissement d'une bonne communication à l'intérieur et l'extérieur de l'institution. Nous remarquons que Les TIC ont pris une place intéressante au sein du ministère, car en cas d'une catastrophe ou une crise les responsables au sein de l'institution font appel aux technologies l'information pour résoudre et régler cette situation

Q03 : les TIC sont un outil indispensable pour établir une bonne communication.

Selon les dires des enquêtés, une utilisation efficace de ces technologies aide à établir une bonne communication.

L'une des enquêtés a dit que « *les TIC sont un outil important pour établir une bonne communication, cet outil permet d'avoir une bonne communication mais il faut savoir d'abord l'utiliser* » et elle nous a donné l'exemple suivant : « *lors d'une fuite, on peut avoir un contact direct avec la communication verbale, on peut faire connaître au public, visiteurs et aux invités comment et pourquoi protéger les barrage ; à travers cette communication on peut changer le comportement du public, et aujourd'hui et à l'aide de ces technologies on peut expliquer facilement et rapidement et même illustrer notre explication avec des vidéos pour mieux comprendre comment les citoyens peuvent participer la protection de ces barrages ce qui nous permet d'avoir des bons résultats* ». Enquêté N°5

Rajoute un autre enquêté « *certainement, les TIC sont considérées comme l'un des outils indispensables pour établir une bonne communication, dans une campagne de sensibilisation par exemple une bonne communication peut être l'outil pour changer le comportement du public donc on doit prendre en considération tous les moyens de communications utilisés par notre institution, les sites web, notre page facebook, la chaîne youtube, internet, intranet et extranet... etc* » axe N° 3 enquêté N°4

Une autre nous a répondu par « *auparavant établir d'une bonne communication n'est pas évident, mais grâce aux technologies de l'information et de communication et grâce à l'internet en particulier on a pu avoir des bonnes relations avec nos citoyens et notre cible, et l'utilisation de l'intranet nous a permis de développer les relations entre les personnels ce qui va les motiver et avoir des bonnes conditions du travail* » axe N° 3 enquêté N°1.

L'une des enquêtés confirme que : « *on communique facilement face à face, mais avant pour communiquer avec le PDG par exemple on fait toujours recours à un intermédiaire tels que les réunions et l'affichage mais aujourd'hui et grâce aux technologies de l'information et de*

communication on communique facilement avec les responsables et mêmes avec les autres départements et directions en utilisant notamment les divers moyens de communication tels que l'intranet, la messagerie professionnelle l'email, Skype ,téléphone, etc... » axe N° 3 enquêté N°2

• A la fin de l'analyse des dires de nos enquêtés, on constate que les TIC sont un moyen efficace pour l'institution afin d'établir une bonne communication et atteindre leurs objectifs. L'institution utilise la communication et ses moyens avec ses différents types et formes afin d'arriver à ses fins. A titre d'exemple à l'intérieur de l'institution, ils utilisent la communication interne (informer et donner les nouvelles de l'organisation aux salariés pour créer un sentiment d'appartenance chez eux), cela conduit à motiver le personnel ainsi d'éviter les conflits. *« La communication est l'ensemble des interactions avec autrui qui transmettent quelques informations, il s'agit donc aussi de l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une certaine audience et d'après les LIC action consistant, pour les gens, à échanger des messages en face à face ou bien à distance avec ou non le secours d'un media, et quel que ce soit la forme ou la finalité de cet échange, la communication désigne donc à la fois une action et le résultat de cette action. En sociologie la communication s'est développée en suivant l'essor des nouveaux médias tout au long du XX^e siècle : le téléphone, la radio, la télévision, les réseaux multimédia, et les raisons de communiquer se multiples, au même rythme que les moyens de le faire : pour informer, pour divertir ou pour instruire, mais aussi pour influencer, convaincre ou convertir... »¹*

Pour Abraham *« la communication est l'action de faire participer un organisme où un système situe en un point donne R aux stimuli et aux expériences de l'environnement d'un autre individu ou système situe en un autre lieu et une autre époque En utilisant les éléments de connaissance qu'ils ont en commun »²*

Q04 : l'utilisation des TIC et l'augmentation de la croissance des rapports sociaux à l'intérieur de l'institution.

Tous les enquêtés déclarent que les TIC occupent une place importante dans l'institution.

Selon eux *« les TIC augmentent la croissance des rapports sociaux au sein de l'institution, elles renforcent les relations en interne entre les responsables et subordonnés »* axe N° 3 enquêté N°2,4, 5.

L'une des enquêtés nous a dit *« les communiqués de presse sur Messenger facilitent le travail, affichent des informations sur des sites web ça va trop vite, tout sa augmente les croissances des rapports sociaux à l'intérieur de l'institution et facilite la recherche et l'évolution de travail sans oublier le rôle de l'intranet à informer, et créer un sentiment d'appartenance chez les salariés »* axe N° 3 enquêté N°1

¹ FRANCIS BALLE, *lexique de l'information de la communication*, Edition Dalloz, paris, 2006, p.82

² Abraham moles, *théorie structurale de la communication et société*, édition Masson, Paris, 2e Edition, p198

• A la lecture de ces extraits on constate que le ministère des ressources en eau utilise régulièrement les technologies de l'information et de communication, vu que l'exemple cité auparavant et même pendant notre stage nous avons remarqué cette utilisation afin de régler des situations en interne ou bien en externe, et la plupart des cadres nous donne des exemples sur quelques techniques intégrées et logiciels (géo contacte, les boites à outils et outlook exchange) installés pour apporter des changements sur le rythme du travail.

Q05 : des exemples concrets et précis par rapport à l'utilisation des TIC dans les relations publiques.

Tous les enquêtés ont dit plusieurs exemples par rapport à l'utilisation des TIC.

L'une des enquêtés nous a dit ceci « *on utilise les TIC dans toutes nos activités internes et externes, d'ailleurs dernièrement on a intégré une nouvelle application géo-localisation, l'agence en ligne* » axe N° 3 enquêté N°3

L'une des enquêtés confirme que « *l'usage des TIC est un avantage aux travailleurs ainsi que l'institution, nous avons intégré une nouvelle application «géo-contact» c'est une application de déclaration des incident, en cas d'incidents, une fuite dans un barrage on peut gérer la crise sans déplacer et la chose la plus importante, c'est que on va recevoir un document complet sur le degré de la catastrophe, cette application permet à toutes les salariées de rester en contacte afin d'être actuelle et diffuser des informations justes et réelles aux publics et cibles ce que nous aide à granger leurs confiance les TIC ont apporté beaucoup de changement à notre institution* ». Axe N° 3 enquêté N°5

• Après avoir analysé les dires des enquêtés on constate que le ministère des ressources en eau utilise les TIC dans le cadre des relations publiques afin d'installer des nouveaux modèles et techniques et pour le développement des pratiques des relations publiques.

Q06 : les inconvénients de l'intégration des TIC aux relations publiques

Pour cette question l'une des personnes: « *non il n'y a pas d'inconvénients au contraire les TIC ont un apport très important pour les relations publiques, il est très convenable de les intégrer pour moi ce n'est qu'un avantage d'ailleurs elles nous facilitent le travail, l'information se diffuse rapidement et largement je ne peu pas m'imaginer sans les TIC* » axe N° 3 enquêté N°2

L'une des personnes enquêtés nous a répondu comme suit : *« oui c'est sur qu'il y a des inconvénients par exemple : quand l'usage n'est pas conforme aux règles usuels des utilisations des TIC, quand aussi les gens ne savent pas l'utiliser, ainsi mauvaises pratiques qui apportent une mauvaise réputation pour l'institution qui détruit par la suite la communication »* axe N° 3 enquêté N°5

Sur cette question une interrogée nous a répondu ; *« oui il y'a des inconvénients par exemple la mauvaise connexion parfois qui empêche la circulation de l'information, problème de réseau, problème de blocage, aussi le changement rapide et on n'arrive pas à assimiler facilement et ça demande beaucoup de qualification»* axe N° 3 enquêté N°4

• à la fin de l'analyse des dires de nos enquêtés on constat que les TIC peuvent apporter un apport positif et dans certains cas négatifs, l'intégration des TIC contient quelques difficultés, par certains travailleurs, qui pensent qu'elles créent de retard, dans les cas de blocage, ou le manque de réseau, et ainsi le changement permanent, qui ne laissent pas à s'adapter à toutes les nouvelles technologies intégrées, comme aussi les TIC provoquent un changement rapide il reste un moyen indispensable, où toutes les institutions l'utilisent régulièrement. Comme tous les outils, les TIC nécessitent un manuel d'utilisation. Quel que soit l'outil, si vous savez l'utilisé, il vous rendra d'immenses services, si vous l'utilisez mal, il sera nettement moins opportune voire dangereux, La sécurité des données notamment posent encore beaucoup de problèmes aux décideurs et pourtant les mastodontes informatiques qui créent et hébergent les outils issus des TIC sont des forteresses digitales.

Synthèse des résultats de la recherche

Notre recherche est motivée par des raisons, par lesquelles on s'est intéressée particulièrement à l'impact des TIC sur les relations publiques. Cette partie du travail est consacrée à la vérification des hypothèses que nous avons avancées dans le cadre de cette recherche à savoir :

Hypothèse 01 :

A partir de l'analyse des données collectées, nous pouvons dire que la première hypothèse à savoir : « l'usage des TIC au sein du ministère des ressources en eau facilite les différentes tâches des relations publiques » est confirmé. En effet, on a pu constater que les TIC ont modifié le mode de travail au sein du ministère des ressources en eau. Les TIC révèlent comme un moyen avantageux qui facilite les différentes tâches des relations publiques, leur intégration provoque l'augmentation de niveau de qualification et un changement dans les différents services au sein du ministère des ressources en eau.

Les enquêtés considèrent que les TIC ont un impact majeur pour le développement de l'institution, car l'intégration de plusieurs techniques et logiciels ont permis d'améliorer la qualité des services, et le niveau de performance de l'institution, car l'information se diffuse en temps réel et rapproche les employés et facilite leur travail et leurs tâches.

On a pu constater aussi que le ministère des ressources en eau utilise les TIC dans l'objectif du développement des pratiques des relations publiques, car cette dernière peut permettre à entretenir de bonnes relations, renforcer les liens avec le public externe, et créer un climat de confiance.

Hypothèse 02 :

Notre deuxième hypothèse qui porte sur « L'usage des TIC au sein du ministère des ressources en eau Contribue à établir une bonne communication dans les relations publiques ». Par le fait on a constaté que :

La communication joue un rôle très important dans le développement de l'institution, à cet égard on peut dire que les TIC ont un effet majeur qui permet l'existence d'une communication serviable qui se repose essentiellement sur les relations publiques et l'organisation des événements. Dans l'ensemble le ministère des ressources en eau utilise les différents canaux de communication et toute sorte de technologies pour impliquer et motiver le personnel et afin de satisfaire les besoins des citoyens et ces publics.

Dans le cadre des relations publiques le ministère des ressources en eau utilise les TIC a fin d'installer des nouveaux modèles et techniques, changer le processus de travail et céder le système classique des relations publiques par un système très développé au sein de l'institution, donc les TIC prouvent être à la surface de développement des pratiques des relations publiques.

Dans ce contexte, le ministère des ressources en eau met en pratique plusieurs activités afin de se rapprocher et tisser des liens de confiance avec le public externe. A cet effet l'institution inclut et organise des événements afin de sensibiliser les citoyens sur la culture de l'eau et la protection des barrages et les sources naturelles.

Les données obtenues lors des entretiens effectués ainsi que l'observation nous ont permis de confirmer notre 2^{eme} hypothèse avancée au début de notre recherche.

Conclusion

De ce qui précède, on constate que nos hypothèses sont confirmées, ce qui mène a dire que L'usage des TIC à un impact avantageux sur le développement des pratiques des relations publiques ainsi qu'une bonne communication efficace qui crée de bonnes relations avec le personnel en interne et établir une relation de confiance avec le public externe.

CONCLUSION

Conclusion générale

Tout au long de la réalisation de ce travail qui est effectué au sein du ministère des ressources en eau, nous avons essayé de comprendre l'impact des TIC sur les relations publiques, et leurs apports dans l'établissement d'une bonne communication au sein de l'institution.

On est arrivé finalement à travers cette recherche à comprendre que le ministère des ressources en eau travaille pour la protection et la préservation des barrages et des sources naturelles, et aussi sensibiliser les citoyens à préserver de l'eau. L'institution considère les technologies de l'information et de communication comme un moyen primordial afin d'atteindre les objectifs tracés dans le plan de gestion du ministère.

On note aussi que les moyens technologique sont d'un grand apport pour l'institution afin de créer, d'entretenir et de maintenir ces relations avec ses différents publics à savoir, ses partenaires, médias, citoyens...

A partir des résultats obtenus à travers l'analyse des données collectées lors de l'enquête, nous constatons que l'usage des technologies de l'information et de communication dans les relations publiques joue un rôle important dans le développement du ministère des ressources en eau ; ce dernier considère les TIC comme étant un moyen d'innovation qui lui permet l'établissement d'une bonne communication et la facilitation des différentes tâches, on trouve comme exemple ; parmi les outils les plus utilisés au sein du ministère ; le site web, social ou collaboratif 2.0 dont le ministère peut créer des espaces de travail collaboratif et forme les employés à de nouveaux modes d'interactions et de travail. Ces nouvelles techniques servent par la suite pour la gestion des relations avec les partenaires externes et les usagers.

Le web 2.0 aussi facilite l'usage de l'information et la récupération des connaissances pertinentes au sein du ministère ainsi l'implantation des usages collaboratifs permet à l'institution de prendre conscience de ses propres connaissances, de ses poches de savoir, et de découvrir son potentiel. Enfin, la mise en commun et le partage des connaissances permettent à tous les employés de maîtriser davantage les domaines d'expertise de leurs collègues et de solliciter ou proposer de l'aide dans l'atteinte d'objectifs communs. .

On est parvenu à dire que le ministère des ressources en eau accorde une attention particulière aux TIC étant donné que ces dernières lui permettent d'atteindre ses objectifs et répondre aux attentes des citoyens.

A ce sujet le ministère des ressources en eau doit fournir d'avantages des efforts afin de mieux maîtriser l'usage des TIC dans les relations publiques. Il est plus qu'indispensable que l'institution s'approfondie dans le domaine des relations publiques, afin de développer ses activités et de renforcer ces liens avec ses différents publics.

En dernier lieu, nous tenons à signaler, que le thème que nous avons traité, à savoir, l'usage des technologies de l'information et de communication est un domaine très vaste, surtout avec les évolutions permanentes que les technologies de l'information et de communication et les relations publiques connaissent, c'est pour cette raison que nous invitons toute personne intéressée au domaine de la communication et relations publique à approfondir cette thématique.

La liste bibliographique :

Liste des dictionnaires :

1. l'encyclopédie Français, consulter le 22/04/2018, disponible sur le lien :

<http://www.definitions-marketing.com/Definition-Population-mere>

Listes des ouvrages

1. Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, Paris, 2009.
2. ABRAHAM Moles, *théorie structurale de la communication et société*, édition Masson.
3. Bruno HENRI et Maurice IMBERT, *DRH : tirez parti des technologies*, Édition, d'organisations, Paris, Avril 2002.
4. Canard et BARLATIER, *l'apport des tic de la qualité à la dynamique des connaissances*, in nouvelle économie, organisation et modes de coordination, 2004.
5. FRANCIS BALLE, *lexique de l'information de la communication*, Edition Dalloz, paris, 2006.
6. GHIGLIONE Rodolphe, MATALON Benjamin, *les enquêtes sociologiques, théories et pratiques*, 6eme éd, Armand Colin, Paris, 2008.
7. Grouard J.M, « *le projet décisionnel* », édition Eyrolles, Paris, 1998.
8. H.BAREAU, *nouveaux usages, les TIC, quels impacts, agence de l'environnement et de maitrise de l'énergie(ADEME), guide pour les bons usages, nouvelle technologie*, France, juillet 2010.
9. Philippe BOISTEL, *gestion de la communication d'entreprise*, LAVOISIER, Paris, 2007
10. P Charpentier, *organisation et gestion de l'entreprise*, édition Nathan, Paris.
11. R.Reix « *systèmes d'information et management des organisations* », Edition Vuibert, paris, 2002

Listes des ouvrages de méthodologie

1. ANGERS Maurice, *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, Edition Casbah, Alger, 1997
2. GRAWITZ MADELEINE, *méthode des sciences sociales*, 11^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2001

3. Raymond QUIVY et Campenhoudt LV, *Manuel de recherche en science sociale* 2^{ème} éd, Dunod, Paris, 1995.
4. Raymond-Alain Thietart, *Méthode de recherche en management*, Dunod, 2003, Paris

Listes des revues :

1. ANNE-MARIE GAGNÉ, *La relation de confiance en relations publiques : vers un modèle d'adéquation contextuelle*, Université du Québec, Février, 2012.
2. Abdallah EL MZEM, Serge LECLERC, Patrice LEROUX, ARP, GUYLITALIEN, ARP, *vocabulaire des relations publiques*, université de Montréal, 2^{ème} édition, septembre 2014.
3. A.ELMZAM, P.LEROUX et G.LITALIEN, *vocabulaire des relations publiques*, 2^{ème} édition Montréal, Septembre 2014.
4. Aubert B et all, « *l'innovation, et les technologies de l'information et de communication* », HEC Montréal, octobre, 2010.
5. Anthony HUSSENTO, *vers une reconsidération de la notion d'usage des outils tic dans les organisations : une approche en termes d'enaction*, septembre 2006, France
6. Fidèle NWAMEN, *Impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance commerciale des entreprises*, La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion n° 218, Stratégie.
7. Jérémie ROSANVALLON, « *l'impact des TIC sur les conditions de travail* », Rapport de centre d'analyse stratégique, France, Février, 2012
8. JACQUE SAURET, « *le cas des technologies de l'information et de la communication* », revue française d'administration publique, 2002
9. LOUIS Martel, *les relations publiques et leur implication dans la formulation de la stratégie des organisations*, sciences de la gestion, juin 2006.
10. Michel Dumas, *les relations publiques, une profession en devenir*, Université du Québec, 2010
11. Quelennec C, « *ERP, levier de transformation de l'entreprise* », édition Lavoisier, Paris, 2007
12. ROUX LAETITIA, *l'administration électronique : un vecteur de qualité de service pour les usagers ?*, informations sociale, 2010, n°158

Listes des thèses et mémoires

1. Abdelkader RACHEDI, *l'impact des TIC sur l'entreprise* université de Saida-Magister2006
2. BOUZIDI MEBARKA, *L'usage des TIC dans l'entreprise* mémoire pour l'obtention de master, en Sociologie du Travail et des Ressources Humaines, Faculté des sciences humaines et sociales, Département des sciences sociales, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, promotion 2012/2013.
3. Lequeux J, « *manager avec ERP* », édition d'organisation, Paris, 2008.
4. Lafitte M, in QUNIA Nadège, « *la fonction ressources humaines face aux transformations organisationnelles des entreprise, impacts de la nouvelle technologie d'information et de communication* », thèse de doctorat en science de gestion, Toulouse
5. MASILI FAIROUZ, MEDDOUR MONIR, OUAZENE SALEM, *La communication interne et l'usage des technologies de l'information et de communication dans l'entreprise*, mémoire pour l'obtention d'une licence en sociologie et démographie, département des sciences sociales, Faculté des sciences humaines et sociales, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2012/2013.

Liste des articles

1. DIFALLHA Mohammed Elhadi, Mokrane Ali et KHENNICHE Youcef : *Adoption et utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Algérie : état des lieux*, 2016, consulté le 12/04/2018, disponible sur le lien : <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/13596/1/ABPR10F03.pdf>
2. *L'impact des TIC sur les conditions de travail en entreprise*, publié le 20mai 2016, écrit par Humanis, consulté le 26fiverier disponible sur le lien : <https://humanis.com/particulier/prevoyance-dependance/impact-tic-conditions-de-travail/onible>
3. *Le guide pratique des relations publiques*, Fédération SYNTEC, 2015, Consulter le 22/03/1018 Disponible sur le lien : www.syntec-rp.com/wp-content/themes/syntec-rp/old/.../Guide-Pratique-Web.pdf
4. Mamadou Kani Konaté et Abdoulaye Sidibé, *Extrait de guide sur la recherche qualitative*, du Centre d'appui a la Recherche et a la Formation, Bamako-Mali, Consulté le 24mars 2017 Disponible sur le lien : <https://www.ernwaca.org/panaf/RQ/fr/definition.php>

5. ZINEB EL HAMMOUMI, *communication hors medias : relations publiques*,
consulter le 25/05/2018, disponible sur le lien :
piimt.us/piimt/module/demande/fichier/attachement_645.pdf

Sites internet :

www.mre.gov.dz.

Annexes

UNIVERSITE ABDERAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALE
DEPARTEMENT DES SCIENCES HUMAINS

Thème :

**L'usage des technologies de l'information et de communication
dans les relations publiques
cas du ministère des ressources en eau**

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de fin d'étude en vue l'obtention du diplôme de Master 2 en science humaines, option communication et relations publiques, dont le thème porte sur « l'usage des TIC dans les relations publiques », nous vous prions de bien vouloir répondre objectivement a notre guide d'entretien, nous vous remercions a l'avance de votre collaboration

Réalisé par :

ADRAR SARA

ALOUTI ZAHIRA

Guide d'entretien

Ce guide d'entretien est destiné aux cadres ministère des ressources en eau.

Données personnelles

1. Age.
2. Formation
3. Poste occupé
4. Ancienneté

Axe N°1 : Usage des TIC dans l'institution:

1. Votre institution utilise-elle les TIC ? Si oui, depuis combien d'années ?
2. Quels sont les moyens technologiques que vous utilisez?
3. D'après vous quel est l'apport des TIC pour votre institution ?
4. Votre institution emploie-t-elle des spécialistes en TIC? Pourquoi ?
5. Avez-vous rencontré des difficultés dans l'utilisation de ces nouveaux outils ?

Si oui quelles sont ces difficultés? Si non pourquoi?

AXE N°2 : TIC et relations publiques

1. Quel est l'apport des relations publiques pour votre organisme ?
2. comment Les relations publiques interviennent dans le développement du corps administratif au sein de l'institution ?
3. Comment les TIC facilitent les différentes tâches des relations publiques ?
4. Pensez vous que les TIC vous permettent l'accès rapide aux nouvelles informations dans l'institution ?
5. Quel est l'impact du web 2.0 sur les pratiques professionnelles des relations publiques au sein de votre institution ?
6. quelles sont les différentes activités des relations publiques que vous pratiquez pour créer

un climat de confiance avec vos différents publics ?

AXEN°3 : l'impact des TIC sur les relations publiques :

1. Pendant un événement des relations publiques comment vous utilisez les TIC pour invité les journalistes ?

2. Pensez-vous que les TIC sont un moyen de développement dans les relations publiques ?

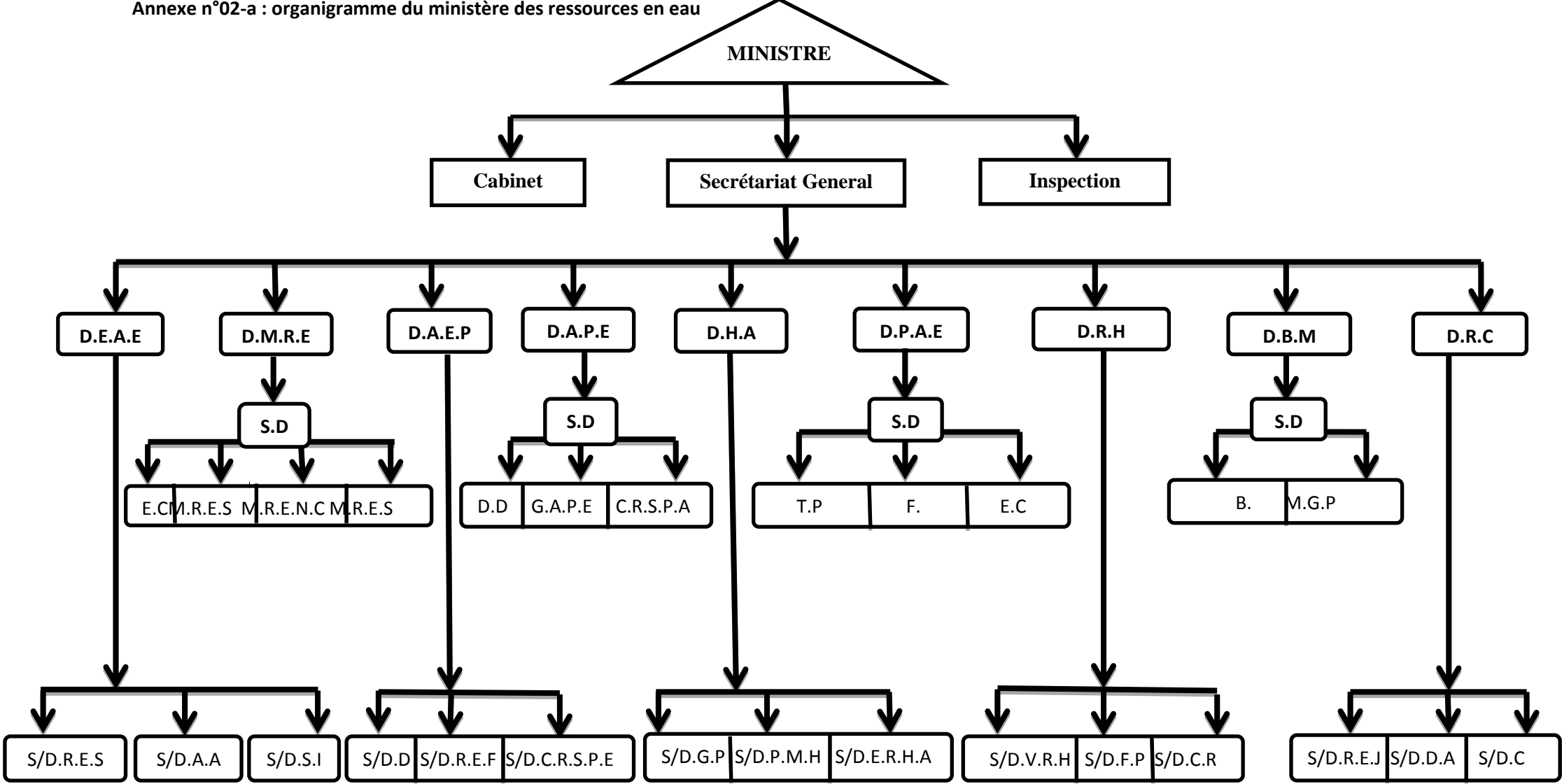
3. Pensez vous que les TIC sont un outil indispensable pour établir une bonne communication ?

4. Pouvez-vous nous donner des exemples concrets et précis par rapport à l'utilisation des TIC dans les relations publiques ?

5. Pensez vous que les TIC introduisent à un changement dans le processus de communication au sein de l'institution ?

6. Quelle sont les inconvénients de l'intégration des TIC dans relations publiques ?

Annexe n°02-a : organigramme du ministère des ressources en eau



Voir la liste des abréviations ; annexe n°02-b.

Annexe 2-b : liste des abréviations de l'organigramme

D.E.A.H: Direction des Etudes et des Aménagements Hydrauliques

D.M.R.E: Direction de la Mobilisation des Ressources en Eau

D.A.E.P: Direction de l'Alimentation en Eau Potable

D.A.P.E: Direction de l'Assainissement et de la Protection de l'Environnement

D.H.A: Direction de l'Hydraulique Agricole

D.R.H.F.C: Direction des Ressources Humaines, de la Formation et de la Coopération

D.B.M: Direction du Budget, et des Moyens

D.R.C: Direction de la Réglementation et du Contentieux

D.P.A.E: Direction de la Planification et des Affaires Économiques

S/D.R.E.S : Sous Direction des Ressources en Eau et en Sols

S/D.A.H: Sous Direction des Aménagements Hydrauliques

S/D.S.I: Sous Direction des Systèmes d'Information

S/D.E.C: Sous Direction de l'Exploitation et du Contrôle

S/D.M.R.E.S: Sous Direction de la Mobilisation des Ressources en Eaux Superficielles

S/D.M.R.E.N.C: Sous Direction de la Mobilisation des Ressources en Eaux Non Conventionnelles

S/D.M.R.E.S: Sous Direction de la Mobilisation des Ressources en Eaux Souterraines

S/D.R: Sous Direction du développement

S/D.E.E: Sous Direction de l'Économie de l'Eau

S/D.C.R.S.P.E: Sous Direction de la Concession et de la Réforme du Service Public de l'Eau

S/D.D: Sous Direction du Développement

S/D.G.A.P.E: Sous Direction de la Gestion de l'Assainissement et de la Protection de l'Environnement

S/D.C.R.S.P.A: Sous Direction de la Concession et de la Réforme du Service Public de l'Assainissement

S/D.G.P: Sous Direction des Grands Périmètres

S/D.P.M.H: Sous Direction de la Petite et Moyenne Hydraulique

S/D.E.H.A: Sous Direction de l'Exploitation de l'Hydraulique Agricole

S/D.V.R.H: Sous Direction de la Valorisation des Ressources Humaines

S/D.F.P: Sous Direction de la Formation et du Perfectionnement

S/D.C.R: Sous Direction de la Coopération et de la Recherche

S/D.B.C: Sous Direction du Budget et de la Comptabilité

S/D.M.G.P: Sous Direction des Moyens Généraux et du Patrimoine